Ministère délégué au Tourisme
Direction du Tourisme

Université de Pau
et des Pays de l'Adour
Laboratoire SET
UMR 5603 CNRS-UPPA

Espaces publics et mise en scène de la ville touristique

RAPPORT FINAL DE RECHERCHE

sous la direction de Vincent Vlès

Vincent Berdoulay, Sylvie Clarimont



Octobre 2005

La Direction du Tourisme, dans le cadre de son programme de recherche 2003-2004, a lancé un appel à projets sur le thème du *tourisme et de l'espace urbain*. Le tourisme urbain connaît actuellement une croissance très forte, accompagnée d'un changement de pratiques : les touristes ne cherchent plus à visiter une « cité-musée », mais à découvrir le cadre et les modes de vie de ses habitants.

Le laboratoire "Sociétés, Environnement, Territoire" - Unité Mixte de Recherche 5603 de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour et du Centre National de la Recherche Scientifique - a été retenu pour travailler sur la question du traitement et de la gestion des *espaces publics touristiques urbains.* Ceux-ci constituent en effet la face concrète des multiples processus qui contribuent à la production et à la diffusion des images qui donnent sens à la ville et qui fondent son *attrait touristique*. La question de l'ouverture et de l'aménagement de ces espaces publics y est donc centrale.

En ce début de millénaire, la recherche par les clientèles touristiques d'une confrontation permanente à la nouveauté, à la différence et parfois à « l'authenticité » a provoqué dans la plupart des villes touristiques une course à la mise en récit des lieux patrimoniaux et de culture en même temps que la recherche systématique d'une plus grande participation du citoyen, de l'habitant à leur animation et leur fonctionnement. Dans cette perspective, l'aménagement a pris la place d'une proposition, d'un guide pour ouvrir les formes urbaines à des usages inusités : l'habitant – parfois le touriste - y sont invités à y produire du sens. L'espace public est l'espace de la représentation, dans lequel la société devient visible.

Dans l'évolution de la conception de son aménagement, le tourisme participe au glissement d'un urbanisme fonctionnel à un autre, plus ouvert sur la société.

Dans cette discussion sur le devenir de la ville, le rôle que ses gestionnaires souhaitent confier au tourisme est encore flou et mérite qu'on s'y arrête. On analyse ici ses fondements, ses modes de traitement, les rapports complexes qui unissent développement touristique et urbanisme, les expériences novatrices et les améliorations souhaitables. Jusqu'où peut-on aller dans l'ouverture au tourisme de la ville, à partir de quel seuil la perte de sens liée à une image artificiellement

gonflée, simplifiée (voire rendue simpliste) pose-t-elle la question de la mixité, de la coexistence entre habitants et touristes ?

Après des expérimentations méthodologiques multiples (à Paris, à Aix-en-Provence, à Lyon, à Marseille, à Montpellier et même à Rio), les travaux ont porté sur deux villes très différentes. *Barcelone* ne cache pas son désir de ravir à Paris sa place de première ville touristique européenne mais une crise du modèle d'urbanisme y entre en conjonction avec une transformation radicale du tourisme. Celui-ci est devenu en une décennie un tourisme de masse et l'image de « ville mondiale » nouvellement proposée par Barcelone rentre en conflit latent avec la réalité profonde vécue par ses habitants ; des stratégies d'évitement commencent à se faire jour entre visiteurs et Barcelonais. Pour sa part, *Bordeaux*, septième ville française, est passée récemment d'une léthargie profonde à des initiatives multiples dans lesquelles l'événement et les grands travaux urbains dominent. Sa nouvelle image d'ouverture et de « bien vivre » est construite au prix d'efforts considérables dans l'aménagement urbain, mais au prix d'un grand appauvrissement du discours – discours touristique, mais aussi discours de la ville.

Les deux cas témoignent d'un modèle touristique en crise, dans lequel les villes hésitent sur leur devenir et où l'aménagement soumis à l'empire de l'image finit par produire un fonctionnement réduit.

Coordonnés par Vincent Vlès, ces travaux de recherche en aménagement et urbanisme touristiques ont été dirigés par Vincent Berdoulay et Sylvie Clarimont, chercheurs à l'U.M.R. 5603 du CNRS à l'UPPA, avec la participation de Baptiste Fricau et de Sylvie Miaux (doctorants en géographie et en aménagement de l'espace) et sur la base d'enquêtes, d'observations et d'analyses de terrain réalisés en 2004 et 2005 par les étudiants du DESS d'aménagement et gestion des stations touristiques de l'Université Michel de Montaigne-Bordeaux 3, du Master 2 professionnel IUP Aménagement touristique et du Master professionnel première année IUP aménagement de l'Université de Pau et des Pays de l'Adour. Ces travaux, dont certains se poursuivent à Bordeaux, Marseille et Montpellier jusqu'en 2007, figurent en bibliographie.

Sommaire

INTRODUCTION **5**

1. CONFIGURATIONS SENSIBLES DES ESPACES PUBLICS TOURISTIQUES URBAINS **9**

1.1. L'ESPACE PUBLIC TOURISTIQUE URBAIN 10

1.2. LES MÉTHODES DE LECTURE DES ESPACES PUBLICS TOURISTIQUES URBAINS 13

1.2.1. L'observation 13

1.2.2. L'évaluation des images mentales 16

1.3. BARCELONE ET BORDEAUX, VILLES PORTUAIRES EN MOUVEMENT 20

1.3.1. Les espaces publics de Barcelone au rythme de la marche 21

1.3.2. Bordeaux, de la voiture au tramway 42

2. UN PHÉNOMÈNE INQUIÉTANT DE RÉDUCTION NARRATIVE. **64**

2.1. LA STRATÉGIE DANGEREUSE DU TOURISME DE MASSE À BARCELONE 64

2.1.1. Le changement de nature du tourisme barcelonais 65

2.1.2. L'espace public érigé en fondement de la politique d'image 66

2.1.3. Le récit et les acteurs de la réduction narrative 68

2.1.4. Les effets pervers du processus de réduction narrative 74

2.2. LE BORDEAUX NOUVEAU : UNE MISE EN SCÈNE SANS RÉCITS 79

2.2.1. La stratégie touristique de Bordeaux : une politique réduite à l'image ? 79

2.2.2. La scène urbaine : simple décor ou élément d'ambiance ? 82

3. EPILOGUE ET PROPOSITIONS **86**

TABLE DES MATIÈRES **92**

ELÉMENTS BIBLIOGRAPHIQUES **93**

TABLE DES FIGURES **97**

Introduction

La prise en compte de « l'espace touristique sensible », cette représentation des lieux qui motive tant de séjours en ville, accompagne l'actuelle mutation de la pensée urbaine et de la pratique architecturale.

On assiste depuis quelques années à une focalisation de travaux de natures diverses autour de la notion d'ambiance, de paysage sensible, des formes urbaines qui traduit une transformation lente mais radicale des modes d'interprétation de l'espace et de l'habitat par les populations tout autant qu'une mutation profonde de la pensée urbaine (y compris dans les stations rurales, sur le littoral ou en montagne) et de la pratique architecturale[1]. D'abord apparu du côté de la recherche en sciences humaines, ce champ est actuellement réinvesti par les sciences techniques et est prêt à devenir un pur objet de stratégie politique utilisée dans les formes de l'organisation territoriale. Le politique joue désormais fortement sur cette aptitude des citoyens à ressentir les impressions et à y adapter ses modes de vie.

Du coup, la notion d'espace sensible et de formes urbaines, en principe transversale et interdisciplinaire, fait l'objet d'interrogations scientifiques parfois contradictoires : d'un côté on assiste à un déterminisme accru de l'attention prêtée aux travaux améliorant la forme de la ville, de l'autre on observe toujours une tendance à réduire le rôle de la composition urbaine au seul embellissement du cadre de vie, mis en œuvre a posteriori pour corriger des erreurs ou des insuffisances de conception.

Le présent travail se situe en amont de ces interrogations. Il porte sur les nouvelles formes de modélisation du projet, les représentations, les usages ordinaires de l'habitant ou de l'exploitant. La notion d'espace sensible (l'ambiance, l'émotif, l'accessible, le perceptible) y est centrale en tant qu'espace de représentation. Elle engage la ville dans son rapport au monde. Cette idée d'espace sensible est fondamentalement transversale et interdisciplinaire ; elle

---

[1] lire à ce propos les conclusions du programme de recherche n° 103 du Plan Urbanisme Construction Architecture – Programmer, concevoir : Amphoux Pascal (dir), *La notion d'ambiance*, Ministère de l'Equipement, des Transports et du Logement- Institut de Recherche sur l'Environnement Construit, Département Architecture, Ecole Polytechnique de Lausanne, 1998, 162 p.

renoue avec une prise en compte simultanée des données techniques, sociales, esthétiques et échappe, par exemple, aux dichotomies de la forme et de la fonction, du penser et de l'agir, du programme et du projet. Elle peut donc s'insérer dans une problématique transversale plus large qui intègre les apports des disciplines les plus différentes. L'urbanisme et le tourisme sont de celles-là.

On y explore un champ dont les limites sont floues puisqu'elles oscillent entre pratiques sociales, mises en récit de la ville et approches sensibles du territoire mais dont le développement peut faire évoluer, voire générer une véritable mutation des modalités de conception, de programmation de l'urbanisme et de l'aménagement.

En effet, pourquoi la ville est-elle, devient-elle ou redevient-elle touristiquement attractive ? Trois éléments fondent la demande de voyage et de tourisme :

- les sociabilités (couples, familles, amis...),
- un imaginaire (imaginaire sociaux, représentation liée aux vacances...),
- un espace réel ou virtuel, révélé ou à venir, naturel ou artificiel, qui s'offre spontanément ou mis en scène[2].

La demande en tourisme et le besoin de déplacement peuvent être soit le fruit d'un de ces facteurs soit de leurs combinaisons. Dans le cadre du tourisme urbain, deux facteurs intéressent directement le planificateur touristique : celui du patrimoine et celui de l'image. La ville constitue, en effet, « *une exceptionnelle illustration de la notion « d'écosystème patrimonial », à la fois bien collectif, ensemble localisé d'éléments variés en situation indépendante et « champ de forces» d'acteurs multiples aux stratégies diversifiées* »[3].

Les villes exercent une attractivité par les opportunités d'animation, permanente ou événementielle, qu'elles concentrent. Leur image est donc comme un palimpseste enrichi au fil du temps. Mais leur mise en scène, la représentation qui en est faite, leur promotion symbolique, leurs ambitions et, en conséquence, leurs fonctions touristiques sont également le produit du marketing urbain, de leur attractivité différentielle et de leur production identitaire. Les stratégies d'attraction

---

[2] AMIROU Rachid, *De l'image à l'imaginaire : phénoménologie du sujet touristique*. In SPINDLER Jacques (coordinateur). Le tourisme au XXI è siècle. Paris : L'harmattan, 2003. pp 177-196.

[3] GREFFE Xavier, op.cit., in CAZES Georges, « Le renouveau du tourisme urbain. Problématiques de recherche », Paris : L'Harmattan, 1999, p. 321-330

des touristes reposent alors sur des campagnes promotionnelles présentant l'« offre urbaine » (ressources touristiques, équipements de loisirs, cadre et qualité de vie...). Le tourisme peut même devenir un des piliers de la stratégie de développement d'une ville, comme en témoigne le cas de Montpellier et la construction *ex nihilo* de son image de marque (Montpellier *« la surdouée »*). Ces actions d'aménagement et de promotion accompagnent et révèlent les modes de valorisation de la ville et de son image, la faisant passer de « *la ville active à la ville festive,... de la cité de besoin à la cité de désir* »[4], d'une conception fordiste à « une ville post-fordienne »[5] en affichant désormais exigences de consommation, de séduction, de mise en scène et d'image. Le développement de ce tourisme pose parfois des problèmes techniques liés aux flux et à leurs encombrements et des problèmes politiques liés aux incompatibilités de certaines fonctions et usages.

La question de la mise en scène de la ville alimente ainsi la réflexion sur l'urbanité, la culture, le patrimoine, la mobilité, la capacité d'accueil des lieux, la gestion territoriale, la recomposition des espaces et des réseaux urbains ainsi que la mutation des pratiques des professionnels du tourisme, des responsables et des gestionnaires urbains[6]. Elle illustre ces nouvelles temporalités au sein desquelles temps de travail et de loisirs, mobilité et sédentarité, « mise en circulation des corps »[7] s'agencent en permanence. Parce qu'ils sont lieux de rencontres, d'événements, d'expressions de l'identité et de l'atmosphère d'un système urbain, les espaces publics servent d'interface entre le monde original de la ville et le touriste. Ils font l'objet d'aménagements visant à mettre en scène les activités, les échanges et les rencontres qui s'y déroulent. Cette mise en scène, orchestrée par les urbanistes, est plus ou moins bien interprétée par les touristes en fonction de la lisibilité des informations projetées et programmées dans l'espace. Ainsi, composer un espace public doit permettre à l'usager d'en saisir le mode d'emploi, en pensant l'espace comme une scène dans laquelle chaque décor et chaque action a son rôle à jouer. De ce fait, ces espaces publics touristiques urbains sont pour le tourisme des lieux composites vivant de la superposition d'usages parfois contradictoires

---

[4] BURGEL G, *La ville aujourd'hui*, Paris : hachette, 1993
[5] ASCHER F, *Métapolis ou l'avenir des villes*, Paris : Odile Jacob, 1995.
[6] CAZES Georges, « Le renouveau du tourisme urbain. Problématiques de recherche ». op.cit.
[7] VIARD Jean, « Temps libre , loisirs , vacances et art de vivre : le triangle des Bermudes des sociétés modernes » in : VIARD J. (Directeur d'ouvrage), POTIER F. & URBAIN J. D., *La France des temps libres et des vacances*, Paris, L'Aube, 2002, 227 p., p. 5-22

et de la variété des publics qui les fréquentent : satisfaction des usages économiques (services, commerces, travaux, artisanat), relations sociales spontanées et libres (rencontres programmées ou dues au hasard, échanges d'information touristique, attente, flânerie, culture, spectacles, jeux…), plaisirs sensoriels et psychologiques (surprise des formes, des événements), imaginaire original qui combatte l'ennui, permette d'accéder à la rêverie, à la découverte, à la promenade, à la tranquillité, au mouvement, à l'histoire, aux symboles…, déplacements utilitaires[8].

On interroge ici les intentions originelles des urbanistes concernant l'image et la valeur des lieux hautement touristiques de la ville et, par l'étude de la réalité vécue par les touristes, on constate les résultats des opérations d'aménagement et les conflits liés à la mixité habitants - touristes. L'idée est d'arriver à structurer les axes d'intervention sur l'espace urbain sensible afin de déboucher sur la formulation de recommandations opérationnelles en matière de mise en tourisme.

[8] VLES Vincent (dir), BRIENT Céline, DESTRIBATS Aline, GABRIEL Frédéric, De LUCA MOREIRA Luiz Felipe, PERTUZE Sophie, *Les pratiques touristiques sur les espaces publics de Bordeaux*. DESS Aménagement et gestion des stations touristiques, université Michel de Montaigne-Bordeaux 3 / Université de Pau et des Pays de l'Adour, Bordeaux III, 2004, 135 p.

1. Configurations sensibles des espaces publics touristiques urbains

Par leur propre morphologie, les espaces publics constituent la face concrète des multiples processus qui contribuent à la production, reproduction et diffusion des images qui donnent sens à la ville. C'est pourquoi, avant même d'analyser les problèmes liés à la difficile harmonisation des pratiques, des usages et des politiques qui aboutissent à la mise en scène de la ville touristique, il est nécessaire de s'arrêter sur les types d'interactions entre la morphologie des espaces publics et les images qui leurs sont associées. Il n'y a pas de déterminisme des formes matérielles sur les images, pas plus que l'inverse, seulement des invitations à établir des liens entre elles à partir d'opportunités historiquement héritées ou d'incitations volontairement explicites : c'est en effet l'usager de ces espaces publics qui, *in fine*, révèlera, instituera les interactions stabilisant les rapports morphologie/image.

L'idée d'espace public – et son importance en urbanisme opérationnel - est apparue dans les années 1970 dans les sciences sociales à la suite des travaux entrepris dès 1950 par Jürgen Habermas. Ce dernier développe le concept dans une publication célèbre (*L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise)*, parue en 1962. Les sciences sociales s'en saisissent afin d'étudier les formes d'échange entre citoyens ainsi que l'organisation et le fonctionnement de tous ces lieux, généralement ouverts, où se croisent et se rencontrent résidents, touristes et plus largement tous les gens pratiquant la cité.

Aujourd'hui, l'espace public est placé au centre de nombreuses recherches mais reste, pour l'aménageur et l'urbaniste, une clé d'entrée incontournable dans l'étude et la compréhension du fonctionnement des espaces urbains. « *L'espace public a toujours joué un rôle névralgique dans la construction de la ville et dans la pensée architecturale. Les regards de Camillio Sitte et de Le Corbusier sur l'espace public, au-delà de leurs profondes divergences, ont en commun de lier*

étroitement la conception que l'on se fait du rôle de l'espace public dans la cité et la conception des formes bâties qui vont l'accompagner »[9].

1.1. L'espace public touristique urbain

Même si sa définition est complexe, du fait de la diversité des champs que ce terme recouvre, cette notion est avant tout juridique. Avec Françoise Choay et Pierre Merlin, on considérera que « *l'espace public [est] la partie du domaine public non bâti, affectée à des usages publics. L'espace public est donc formé par une propriété et par une affectation d'usage*»[10]. Un espace urbain ne peut être qualifié de public que lorsque celui-ci est accessible à tous les citoyens. Les rencontres entre les individus y sont possibles et ils deviennent des lieux de confrontation à l'altérité. Les résidents peuvent y croiser les touristes venus s'imprégner des ambiances qui y règnent ou des bâtiments qui y siègent, toutes les catégories socioprofessionnelles peuvent s'y côtoyer dans une perpétuelle recomposition sociale: « *l'espace public est donc un espace dans lequel on est, individuellement ou collectivement, et dans lequel on se déplace*» [11].

Il est, en tant qu'espace de convivialité, différent et complémentaire de l'espace privé, qui est celui de l'intimité. Pour le délimiter, certains le définissent en opposition aux édifices publics dans le domaine public, puisque composé d'espaces ouverts ou extérieurs ; mais regroupant des espaces aussi bien minéraux (rues, places, boulevards, passages couverts) que verts (parcs, jardins publics, squares, cimetières...) ou plantés (mails, cours...)[12]. Les limites s'arrêtent alors aux pieds des bâtiments, sans que ceux-ci n'influencent l'espace qui les borde. Cette définition semble oublier l'importance des façades et des volumes dans une perception de ce qui entoure le spectateur de l'espace. Ses limites forment de ce fait quelque chose de flou, évoluant entre la perception qui s'impose empiriquement à l'individu et la représentation qu'il s'en fait.

L'espace public touristique urbain constitue une scène sur laquelle se déroule une œuvre de théâtre, celle de la société locale. Comme dans toute pièce théâtrale, quatre éléments en structurent le déroulement : les comédiens représentés par les passants, le décor qui sert aussi bien l'action que l'image, le conflit qui est au cœur

---

[9] GERMAIN Annick, « La redécouverte de l'espace public : regards d'architectes et de sociologues » in TOMAS François (coordinateur), *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*. Publications de l'Université de Saint-Etienne : Saint-Etienne, 2002. p 25.
[10] CHOAY Françoise et MERLIN Pierre (dir), Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. Presses Universitaires de France : Paris, 1996, p 320
[11] PINON Pierre, *Lire et composer l'espace public*. Les Editions du STU : Paris, 1991. p 8.
[12] CHOAY Françoise et MERLIN Pierre (dir), op. cit.

de l'intrigue et permet l'interaction et enfin les règles définies par le temps, le lieu et l'action. Le touriste, comme tout autre passant, se met donc en représentation même s'il ne joue qu'un rôle de spectateur dans un cadre défini par un metteur en scène. Cet espace, composé de rues, de places, de squares… « *permet de mettre en valeur certains éléments scéniques. Il conforte certains parti pris en facilitant certaines actions, en soulignant certains événements, en rehaussant même parfois le discours. Par sa conformation, il va empêcher certaines actions, certains déplacements* »[13].

L'espace public touristique urbain est donc un espace pratiqué par chacun mais aussi par tous, le rendant très difficile à saisir en tant qu'objet. Sa mise en scène relève d'un exercice difficile, orchestré par les professionnels de la ville que sont les urbanistes, les aménageurs et les architectes. Il doit être pensé et aménagé par des scénarios de lecture de l'espace sensible, composés d'arrêts et d'accélérations permettant une découverte touristique dans une déambulation structurée. Cette mise en scène nécessite la prise en compte de nombreux paramètres dont les « seuils de refus » (trop loin, trop chaud, trop peuplé, trop désert, trop isolé...) qui impliquent des changements de cycle dans les déplacements des touristes en passant, par exemple, de la marche à pied à la voiture.

L'universalité d'accès, nécessaire au caractère public, n'est toutefois pas synonyme d'absence de règles régissant les pratiques de cet espace. C'est alors que son aménagement et sa composition prennent tout leur intérêt, aussi bien à l'échelle individuelle et sociale qu'urbaine et spatiale. Les professionnels de l'urbanisme et les architectes composent l'espace public pour y générer des actions, des sentiments, des comportements et des images. Toutefois, il ne serait pas juste de tomber dans un déterminisme qui ferait de l'aménagement l'unique producteur de sens et de pratique d'un espace et des acteurs sociaux sans prises ni effets sur celui-ci. En effet, même si l'espace et sa forme influent sur les comportements qui s'y déroulent, toutes les pratiques ne peuvent être pensées dans l'aménagement. Les individus donnent ainsi souvent un sens totalement inédit aux espaces pourtant « verrouillés » dans les projets. Les exemples les plus fréquents concernent des lieux aménagés pour la déambulation urbaine sans obstacles, évoluant sur des matériaux minéraux lisses, et investis par des individus pratiquant des sports urbains comme le roller.

---

[13] CHAUMARD Davyd, « L'espace public, scène et mise en scène », in TOUSSAINT Jean-Yves et ZIMMERMANN Monique (dir), *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*, Presses Polytechniques et Universitaires romandes : Lausanne, 2001. pp 125-134.

Mais c'est du côté urbanistique et architectural que le concept d'espace public va être appréhendé ici. Car en plus d'être un lieu spatialement défini et construit, dans lequel des échanges sociaux peuvent se dérouler sans forcément amener à une plate-forme de la vie démocratique, il s'agit également d'un lieu de proximité dans lequel riverains, utilisateurs et planificateurs se rencontrent sans toujours se comprendre[14]. L'espace public est donc un système de formes et d'usages d'autant plus important qu'il est structurant pour la disposition et la distribution des parties de la ville. L'étude du fonctionnement de ce système au centre duquel se trouve l'espace public permettra de comprendre les pratiques de cet espace (voulues et non désirées) et donc également d'apporter des solutions pour améliorer le paysage urbain, son image et les pratiques qui lui sont associées.

---

[14] SENECAL Gilles, « L'espace public au défi de la proximité », in THOMAS François (coordinateur), *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*. Publications de l'Université de Saint-Etienne : Saint-Etienne, 2002. pp 53-69.

1.2. Les méthodes de lecture des espaces publics touristiques urbains

1.2.1. L'observation

L'observation et l'analyse du fonctionnement touristique des espaces publics urbains ont été réalisées à partir d'une méthode initialement conçue pour l'analyse des places et qui se décompose en quatre temps[15].

La première phase se fonde sur une lecture de l'espace, permettant de dégager la réalité physique du lieu, associée à la dimension subjective de l'usager. Ainsi, les places sont des repères exceptionnels du paysage, du fait de leur nature de point de convergence et de changement de direction, de leur valeur symbolique et de leur fonction pratique. Leur lecture dans le tissu et le paysage urbains se fait par rapport et en relation avec la ville mais aussi par rapport à leur propre morphologie. Le premier aspect est intimement lié au parcours visuel de l'usager, à son déplacement physique. Le second aspect est, quant à lui, relié à la forme et au vécu de l'espace (nature et inclinaison du sol, continuité et homogénéité ou pas des parois, opacité ou transparence, importance des pleins et des vides, nature et quantité de mobilier urbain…). Il existe donc des relations entre les qualités d'un lieu et son vécu, sa forme et sa lecture, sa géométrie et sa perception, créant de ce fait toutes les conditions d'une *mise en scène*.

La seconde phase est celle de la description de la forme de l'espace public. Celle-ci dépend aussi bien des goûts esthétiques du maître d'ouvrage que de son intégration dans l'organisation de l'agglomération. Ainsi, pour les places, les parvis monumentaux sont souvent déterminés par une croisée ou un éventail de voies dont ils sont l'aboutissement scénique, au pied d'un édifice remarquable. La place, elle, a souvent une forme de boîte, composée d'un fond (le sol), des bords (les parois) et d'un couvercle (le ciel). Elle a pour origine un parcellaire qui dicte les rythmes des constructions, des volumes bâtis, des vides et des échappées vides. Ce parcellaire entretient trois types de rapports avec la place : soit la place n'influence en rien ce qui l'entoure, soit elle dispose du même agencement mais présente une disposition spécifique, soit elle est totalement originale. La forme d'une place est

[15] BERTRAD Michel Jean, LISTOWSKI Hiéronim, *Les places dans la ville*. Bordas : Paris, 1984, 95 p.

également définie par la configuration des surfaces qui la constituent. Ces surfaces sont en premier lieu les parois verticales qui arrêtent le regard. Leur décor, leur architecture, leur fonction, leur symbolisme jouent un rôle prépondérant dans l'image et l'imagerie d'une place. Le plancher peut être plat ou en relief et le plafond déterminé par la nature des silhouettes qui se découpent dans le ciel.

Le caractère de la forme d'une place dépend donc de la nature de ces trois éléments et de leurs relations.



Ainsi, la place du Parlement à Bordeaux présente au regard du passant des façades (ravalées depuis peu) unies, en pierre de taille, dans un style majoritairement XVIIIe siècle. Le plafond est relativement uniforme, basé sur la même architecture que les façades mais parfois ponctuées d'éléments venant perturber une linéarité.

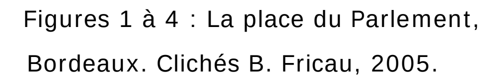




Le plancher est pour sa part composé de pierres lisses aux formes calquées sur les façades.



L'ensemble présente donc une certaine homogénéité visuelle et confère à la place une structure classique.



Figures 1 à 4 : La place du Parlement, Bordeaux. Clichés B. Fricau, 2005.

La troisième phase concerne le vécu. Un espace public est un lieu de vie qui s'observe, avec ses points chauds, ses pistes, ses courants, ses zones d'activités, de calme et de repos, ses bruits et ses silences… Souvent, le vécu d'un espace public est fortement conditionné par la présence ou l'absence de l'automobile. En effet, celle-ci a souvent chassé le piéton - donc la pratique de l'espace public, le transformant en obstacle et en frontière. Les aménagements pour les piétons visent à redonner un sentiment de convivialité.

Enfin, la dernière phase de l'analyse est celle de l'histoire. Aussi bien la forme que le fonctionnement de l'espace public trouvent leurs explications dans les étapes successives de sa formation et dans les différents rôles qu'il a joué au cours du temps. L'analyse doit donc faire apparaître ses origines, les étapes qui ont marqué sa formation à partir d'une recherche en archive des plans et des cartes le concernant.

Plusieurs critères permettent d'évaluer la mise en scène d'un espace public *l'individualisation*, si un bâtiment est séparé des autres et domine par son originalité (à Bordeaux, la place de la Comédie avec le Grand Théâtre, le Grand Hôtel et la perspective des Allées de Tourny ; à Barcelone, la Place dels Ángels avec le Musée d'Art Contemporain...); cette individualité peut être renforcée par des niveaux du sol différents (la place Camille Julian offre deux niveaux aux passants à Bordeaux, les ramblas – comme la Rambla du Brésil, agencent plusieurs niveaux de circulation à Barcelone) ; la présence de bâtiments publics qui expriment *la vie collective* de la cité (la place Jaume, cœur politique de Barcelone, la place Pey-Berland avec l'Hôtel de Ville et la cathédrale Saint-André à Bordeaux) ; la *fermeture ou l'ouverture des perspectives*, qui invitent l'observateur à porter son regard vers le centre des places ou des promenades (la place du Parlement, véritable respiration architecturale centré sur une fontaine au sein d'un bâti très dense, la rambla centrale qui structure la vie urbaine à Barcelone…) ; *les jeux d'ombre et de lumière* (la place de la Bourse ou la Plaça Reial où l'ombre crée un rythme différent selon les heures et les saisons); *la mise en valeur par l'art urbain* (la plupart des espaces publics de Barcelone, la place des Quinconces à Bordeaux avec la fontaine monumentale des Girondins, les allées plantées et l'ouverture sur le fleuve).

Des critères d'analyse de forme complètent ce dispositif analytique : la *topologie* décrit les caractéristiques et la disposition interne de l'espace public (fluidité, statisme ou dynamisme, éloignement, proximité, contiguïté, inclusion, continuité ou discontinuité), la *géométrie* présente le dessin, les directions et les agencements de l'espace public par rapport aux autres (figure, forme organique, obéissance ou désobéissances des axes respectifs), le *dimensionnement* évalue les proportions.

La prise en compte du site urbain, ainsi que celle de la trame viaire permet d'accroître la lisibilité d'une ville et l'agrément de sa pratique. La trame parcellaire, le bâti et les espaces vides permettent, quant à eux, la compréhension de la forme urbaine.

1.2.2. L'évaluation des images mentales

Comme tous les espaces, les espaces publics s'appréhendent individuellement et subjectivement avec les cinq sens. Ils participent à la création d'images différentes de la ville, et donc à des pratiques différentes. Eléments primordiaux d'une ville, ils en sont les lieux d'interface entre l'individu en quête de rencontre ou de contact avec la ville, son ambiance, son identité et ses habitants.

Une ville se découvre à travers l'expérience individuelle, liée à son environnement, aux événements qui s'y sont déroulés et aux souvenirs des expériences passées[16]. Certains éléments sont en mouvement (habitants, activités, flux…) et d'autres sont statiques (immeubles, ponts, rues…) mais tous composent une image partielle et fragmentaire issue d'une perception individuelle. Afin d'être lisible, une ville doit donc présenter des points de repères, des quartiers, des axes facilement identifiables et articulés les uns aux autres. Ainsi, elle permet la création d'une image mentale, qui est une représentation de l'espace proche de la réalité. Cette lisibilité, au-delà d'un repérage aisé dans l'espace, peut également servir de trame de référence en organisant les activités, les croyances ou les connaissances. Ces images sont le résultat d'un va-et-vient entre l'individu et son milieu. Elles sont donc saisissables à l'échelle individuelle mais elles présentent souvent un caractère collectif intéressant les urbanistes qui cherchent à modeler un environnement pour un grand nombre d'individus.

---

[16] LYNCH Kevin, *L'image de la cité*. Dunod : Paris, 1998. 224 p.

Les images s'analysent à travers trois identifiants intimement liés : *l'identité* qui permet la distinction ; la *structure* qui met en relation l'espace, l'objet et l'observateur et *la signification pratique ou émotive* de l'objet pour l'individu.

L'environnement physique de la ville, élément à part entière dans la structuration des images mentales, présente, par ses formes, ses couleurs ou ses dispositions, une faculté de création d'images que Lynch appelle « *l'imagibilité* »[17]. Ce concept introduit une dimension d'action dans la visibilité ou la lisibilité des objets. Ainsi, ceux-ci, en plus d'avoir la possibilité d'être vus, disposent désormais d'une aptitude à se présenter aux sens d'une manière aiguë et intense.

Cet environnement se décompose en cinq éléments à l'origine de la structuration des images et des représentations mentales : les voies, les limites, les quartiers, les nœuds et les points de repères.

- Les voies sont les éléments prédominants de la construction de l'image. Rues, allées piétonnes, ramblas, voies de métro, canaux, voies de chemin de fer permettent aux individus d'observer la ville et de les mettre en relation avec l'environnement. Les voies sont particulières à plusieurs égards : le revêtement du sol, les activités qui s'y déroulent ou les façades qui les bordent génèrent une identité. Elles peuvent être continues, ce qui leur confère un rôle d'axe et de direction. Le croisement de deux ou plusieurs voies transforme l'espace public en lieu de choix de cheminement. La découverte touristique d'une ville se fait en tout premier lieu à travers ces espaces. Les touristes arpentent ces lignes, leur permettant à la fois de se déplacer et de saisir les spécificités de la ville.
- Les limites, éléments linéaires que l'observateur n'emploie pas, sont des frontières entre deux mondes, comme une tranchée de voie ferrée, un rivage, un mur. Elles structurent pour beaucoup d'individus l'organisation de l'espace et font office de barrières mais aussi parfois d'interface. Elles jouent un rôle dans le tourisme urbain du fait de leurs qualités directionnelles. Car elles suggèrent un sens à la visite, la rythment et délimitent les quartiers attractifs.
- Les quartiers sont des espaces identifiables et représentables dans la pensée. Ils présentent des caractéristiques physiques différentes,

[17] ibid, op. cit., p. 11

permettant de les reconnaître, comme la densité, l'homogénéité des façades, les matériaux utilisés, la modénature, la décoration, les couleurs, la découpe sur le ciel et les percements. Les frontières des quartiers peuvent être floues ou précises, contribuant ainsi plus ou moins à la fragmentation urbaine. La lisibilité de ces espaces offre aux touristes la possibilité de saisir la vie d'une ville. Le quartier des Chartrons à Bordeaux est une bonne illustration d'unité spatiale urbaine identifiable et présentant un intérêt touristique avec son architecture XVIIIe, ses références au vin dans la modénature, sa trame viaire organisée perpendiculairement au fleuve pour l'acheminement des fûts vers les anciens docks...

- Les nœuds sont les points stratégiques d'une ville à partir desquels un individu structure son voyage. Points de jonction, espace multimodal, point de rassemblement, foyer d'un quartier, les nœuds sont liés au quartier par la polarisation. Ils peuvent être introvertis en ne donnant aucun repère directionnel ou extraverti en explicitant clairement les directions. Les places jouent souvent ce rôle pour les touristes qui appréhendent une ville. La place Pey-Berland ou la Plaça de Catalunya (à la jonction entre vieille ville et « ensanche » de Cerdá[18]) proposent aux visiteurs ces fonctionnalités : centralité de la place dans la ville, éléments remarquables (cathédrale Saint-André et Palais Rohan à Bordeaux ; sculptures célébrant l'identité catalane réalisées à l'occasion de l'Exposition Universelle de 1928), éléments de déplacements (deux stations de tramway de deux lignes différentes à Bordeaux, une station importante de métro et un carrefour routier majeur à Barcelone), référence au passé historique.
- Les points de repère, enfin, sont des références ponctuelles mais extérieures à la pratique spatiale de l'individu. Ce sont généralement des objets physiques facilement identifiables et significatifs comme un immeuble, une enseigne, une boutique, une montagne. Le tourisme utilise beaucoup ces points pour structurer une visite, en les mélangeant aux images qu'ont les touristes a priori. Ainsi, le Grand Théâtre, qui est l'un des éléments phares de l'image de Bordeaux, constitue l'un de ces points.

[18] « ensanche » : extension

Pour les urbanistes, certaines caractéristiques physiques d'une ville doivent donc présenter quelques qualités afin de fournir une composition clairement représentable : une singularité liée au contraste des formes, des surfaces, des intensités, des tailles, des utilisations ; une forme simple et géométriquement claire ; une continuité pour aider à créer une unité ; des liaisons claires structurant la perception ; une différenciation directionnelle d'une extrémité de l'autre ; un champ visuel ouvert alliant transparence, chevauchement, échappée et panorama, élément d'articulation, indication ; une conscience du mouvement permettant à l'individu de prendre conscience de son propre mouvement et de rendre plus claires les pentes, les courbes et les interpénétrations ; des dénominations et des significations cristallisant l'identité et la structuration.

Dans un premier temps, l'espace public doit donc se lire, puis dans un second se saisir en fonction des perceptions qu'il induit. Chaque espace est donc perçu différemment car l'observateur est différent, mais aussi parce que chaque espace est unique et produit lui-même des images et des usages. Il est alors possible pour l'aménageur de le composer, d'écrire une partition qui permettra de rythmer et de dérouler la vie urbaine dans l'espace.

1.3. Barcelone et Bordeaux, villes portuaires en mouvement

Barcelone et Bordeaux sont deux villes portuaires en mouvement : dans les deux cas, à la reconquête des anciens quartiers portuaires s'ajoute un travail important d'urbanisme lié aux déplacements. Ces deux projets interviennent sur fonds de mise en tourisme dans un système concurrentiel international.

Barcelone, la capitale de la Catalogne, est devenue dans les dernières années une destination touristique de premier rang. Le nombre de touristes a plus que doublé de 1990 à 2003, passant de 1,7 millions à 3,9 millions. Les nuitées sont en augmentation de 150 % sur la même période (plus de 9 millions de nuitées aujourd'hui). Même si la plupart des touristes viennent d'Espagne (36%), le tourisme international est très présent : 15% de britanniques, 8% d'Italiens, 7% de Français, 5% d'Allemands. Barcelone n'est pas réputée comme station balnéaire, pourtant elle dispose depuis le programme olympique de structuration du front de mer de 4,2 kilomètres de plages qui ont accueilli une nouvelle marina et un port olympique. Le vieux port (Port Vell) est le siège de l'Aquarium, l'attraction la plus visitée de Barcelone (1,6 millions de visiteurs en 1999)[19] et marque le point de départ du secteur commercial qui remonte vers la Rambla centrale et le Passieg de Gràcia. Barcelone a une grande réputation de cité de la culture et cela a été confirmé par la programmation de très nombreux événements culturels de 2000 à 2004. Au-delà de la cathédrale néogothique inachevée de Gaudí (la Sagrada Familía, 1,2 millions de visiteurs/an), la ville offre plus de 50 musées et 40 théâtres[20].

Á Bordeaux, septième ville française, les hébergements sont avant tout des hôtels en centre-ville, même si quelques chambres d'hôtes émergent. L'agglomération bordelaise offre 145 hôtels et résidences hôtelières et 5.200 chambres (statistiques 2002). L'offre en hébergement est surtout concentrée sur le centre de la Communauté Urbaine de Bordeaux (CUB). La ville de Bordeaux compte trois hôtels 4 étoiles, dix-neuf 3 étoiles, trente-sept 2 étoiles et sept 1 étoile.

[19] COPE Richard, BARRIE Neil, *European City Reports*, London : Travel & Tourism Intelligence, 2001, p. 31.
[20] sources : Turisme de Barcelona, 2004.

Bordeaux s'est lancée dans un projet urbain marqué par la restructuration des espaces publics autour du tramway et mis en scène grâce à un Plan lumière et la réalisation d'événements internationaux : fête du vin (250.000 visiteurs/an), Vinexpo (50.000 visiteurs payants venant de 144 pays), accueil des croisiéristes (30.000 passagers/an). Ces trois manifestations nouvelles, entièrement fondées sur une nouvelle mise en scène de la ville, relèguent les produits touristiques traditionnels de la visite de ville par l'Office de tourisme (7.000 touristes/an) et de la visite des monuments (35.000 touristes/an) au rang des produits « poids morts »[21].

1.3.1. Les espaces publics de Barcelone au rythme de la marche

Lorsqu'on fait référence à l'espace public, Barcelone est souvent donnée comme l'exemple de la réussite. De nombreuses villes (déjà il y a plus de vingt ans Rio de Janeiro, Lyon) se sont inspirées de la capitale catalane pour restructurer leurs espaces publics autour des attentes du citadin. Plus intéressant encore, Barcelone mène depuis longtemps une politique favorable aux piétons, notamment à travers le développement des ramblas qui matérialisent la culture du paseo. Dans cette ville, où le piéton occupe une place centrale au cœur de l'espace public, le piéton vit une expérience souvent nouvelle qui lui permet d'utiliser l'itinéraire comme outil de lecture de l'espace urbain. On présente ici les résultats d'observations relatives à la place du piéton dans l'espace public barcelonais.

1.3.1.1. Aux origines de l'espace public touristique barcelonais

Cerdà et l'Ensanche de Barcelone

A la suite de la démolition des murailles de Barcelone en 1719, le besoin d'organiser la croissance d'une ville dont la population augmente se fait sentir. Plusieurs projets sont avancés, mais ce n'est qu'en 1858, à l'occasion d'un concours, que les choses se précisent. Appuyé par le pouvoir castillan, c'est finalement le projet d'Ensanche porté par Ildefonso Cerdà qui est retenu.

---

[21] VLES Vincent (dir), BRIENT Céline, DESTRIBATS Aline, GABRIEL Frédéric, De LUCA MOREIRA Luiz Felipe, PERTUZE Sophie, *Les pratiques touristiques sur les espaces publics de Bordeaux*, op. cit., p. 17 à 40.

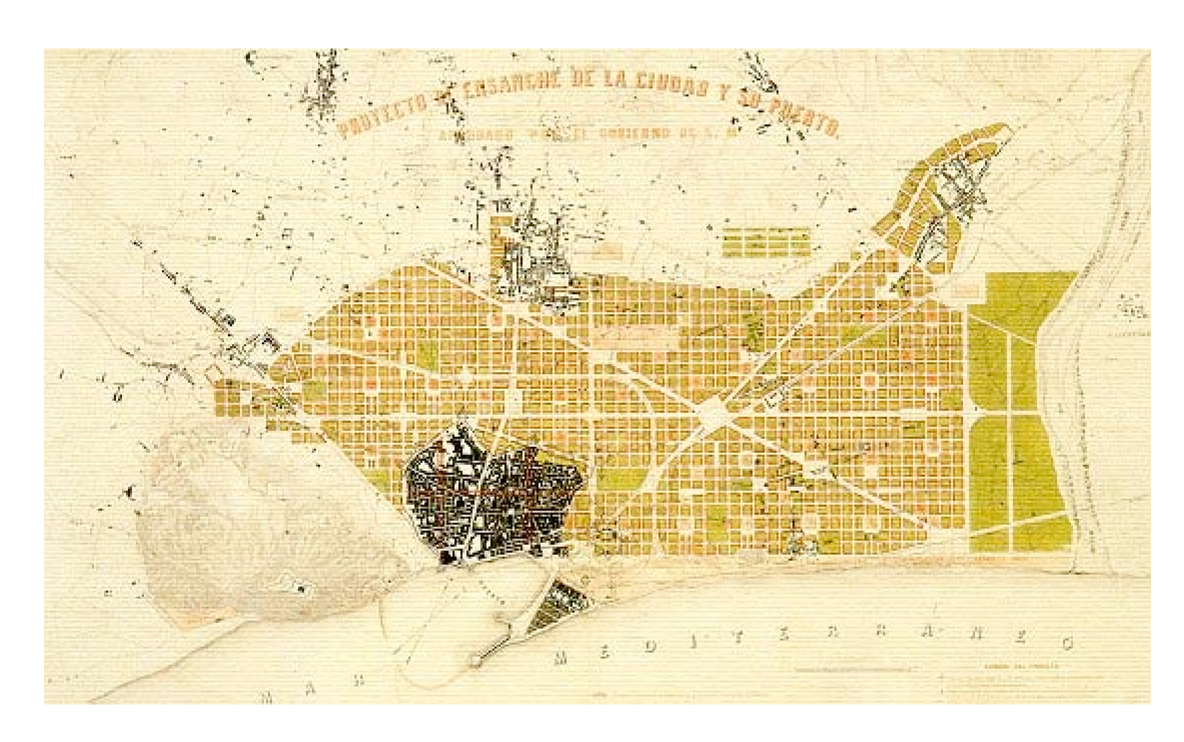


Figure 5 : Barcelone. Projet de plan de la ville et de son port, 1859.
source : http://www.unesco.org/most/cerda.htm

Fondé sur une trame géométrique (figure 5), le plan proposé par Cerdà dépasse l'approche fonctionnelle classique et aborde les problèmes de la société dans leur ensemble. Influencé par la pensée hygiéniste, l'architecte conçoit « *l'espace comme un moyen thérapeutique* [de lutter] *contre les maux de la société* »[22] : avenues larges, vastes intersections encadrées par des bâtiments à pans coupés, maintien d'espaces bâtis au sein de chaque îlôt... composent la ville voulue par Cerdá.

[22] CERDÁ Ildefonso, *La théorie générale de l'urbanisation.* Paris : Seuil, 1979, p. 24.



Figure 6 : Vue aérienne de l'Ensanche. source : http://www.unesco.org/most/cerda.htm

Au centre de la réflexion menée par Cerdà, l'espace est aménagé pour créer une ville homogène[23]. Le plan en damier s'est imposé pour garantir l'hygiène publique, l'indépendance du foyer, tout en facilitant les relations sociales, par la mise en place d'un système de communication performant.

Cette ville homogène repose sur une vie urbaine qui se compose de deux fonctions essentielles : « *le mouvement et le séjour ». « L'îlot est le domaine de la résidence individuelle et familiale ; la voie est celui des communications avec le monde extérieur, avec la nature et la société »*[24].

L'idée de mouvement, essentielle ici car elle va induire toutes les formes de tourisme dans la ville, est abordée par Cerdà comme un élément primordial qui nécessite une approche particulière de la voirie. Effectivement, « *la diversité des moyens de locomotion et de traction, la diversité des directions, des vitesses, des destinations, toute cette multitude incalculable de choses si différentes, si hétérogènes, qui circulent sur la voie requiert, dans l'intérêt général, des solutions adéquates au fonctionnement particulier de chacun de ces éléments, selon la nature de chaque mouvement* »[25]. Cerdà ne limite pas son approche de la voirie à

---

[23] Cerdá, op. cit. p.25
[24] Ibid. p.26
[25] Ibid. p.153

la seule logique de mouvement, il tient aussi compte de la diversité des modes de déplacements et de la spécificité de chacun d'entre eux.

Ainsi, il propose d'aménager les rues en fonction de la complexité des systèmes de déplacement. Il souhaite redonner une place importante au piéton, repoussé vers les zones latérales des rues par l'augmentation du trafic. Il propose une typologie des voies selon les flux envisagés :

- Les voies à flux réduits, de 20 mètres de large, permettent de maintenir une certaine aération des appartements, toujours dans une perspective hygiéniste.
- Les rues à « circulation ordinaire » ont une section de 35 mètres comme la Rambla de Catalunya et la rue d'Aragó...
- Enfin, les rues à forte fréquentation occupent 50 mètres de large, comme la Gran Vía, la Diagonal... Le passeig de Gràcia atteint même 60 mètres de largeur.

Pour toutes ces raisons, la moitié de la section est réservée à la circulation des piétons et l'autre moitié à celle des véhicules. C'est une particularité barcelonaise qu'il convient de relever et qui intervient encore sans doute pour beaucoup dans le plaisir qu'éprouve le touriste à flâner dans une ville où la déambulation piétonne est facilitée. Alors que dans le Paris haussmannien 60% de la voie sont réservées aux véhicules, la Gran Vía, large de 50 mètres, est flanquée de deux trottoirs de 12.5 mètres chacun, plantés d'arbres disposés en deux rangées parallèles afin d'agrémenter le parcours des piétons et leur proposent une ombre salutaire en période estivale[26]. Cerdá tient compte de la culture du *passeig*, chère aux Barcelonais, en accordant aux piétons une place importante dans l'espace public.

La présence d'arbres le long des trottoirs offre aux piétons une sorte d'écran protecteur et une délimitation de l'espace qui leur est dévolu. Conscient de l'importance de la nature au cœur de la ville, Cerdá prévoit aussi l'implantation de parcs, jardins « *appropriés aux exercices hygiéniques pour les personnes nombreuses qui vivent une vie sédentaire* »[27].

---

[26] COROMINAS i AYALA Miquel, *Los orígenes del Ensanche de Barcelona.* Barcelona : UPC, 2002, p.106.
[27] CERDÁ Ildefonso, Op.cit. p. 157

Culture, art et promenade au cœur du plan Jaussely

En 1905, un second concours est organisé par la Ville de Barcelone afin de trouver une façon d'englober les villages périphériques. Jaussely, hostile au Plan Cerdà, remporte le concours.

Bien que reconnaissant certaines qualités à ce dernier (sa monumentalité, son souci hygiéniste, sa capacité d'extension…), il voit nettement en lui une certaine froideur, une uniformité importante suscitant l'ennui. « *Il déplore le caractère uniforme de ce plan qui lui interdit de constituer un ensemble structurant* »[28]. Au contraire, Jaussely accorde une grande importance à l'introduction de la culture et de l'art dans l'espace public[29].

L'art possède pour Jaussely plusieurs avantages. Tout d'abord, il redonne à l'espace public une dimension attractive et esthétique ; il a aussi une valeur éducative : « *plus que le livre, l'art, parce qu'il peut être public, a une valeur éducative pour toute la population* »[30]. C'est pourquoi, il souhaite que l'art fasse partie intégrante des objectifs et des outils de l'urbanisme. Tout est pensé pour offrir un cadre de vie agréable, tant au niveau artistique et culturel qu'à travers les dimensions naturelles du milieu. Par exemple, l'orientation des rues est pensée en relation à l'ensoleillement et aux vents dominants.

Ces différents principes suggérés par Jaussely qui s'appuient entre autres sur la culture et l'art, ont pour objectif de rompre la monotonie en traçant des voies offrant des points de vue agréables et des constructions variées. Il sait utiliser l'identité culturelle de la ville, fondée sur la culture du passeig, en planifiant la création de plusieurs promenades, dont celle du littoral. Il souhaite transformer le cadre de vie d'un quartier tourné vers l'activité portuaire en lieu de promenade préfigurant une future station hivernale.

---

[28] BERDOULAY Vincent et SOUBEYRAN Olivier, *L'écologie urbaine et l'urbanisme aux fondements des enjeux actuels.* Paris : Editions la Découverte et Syros, 2002, p. 151.
[29] JAUSSELY L, *Memoria, Proyecto de enlaces de la zona de Ensache de Barcelona y de los pueblos agregados.* Barcelone, 1907, p. 7.
[30] BERDOULAY Vincent et SOUBEYRAN Olivier, Op. cit., p. 151.

1.3.1.2. Morphologies et images : le touriste - piéton à la découverte de Barcelone

« Celui qui va à pied »[31] est grandement présent dans les rues de Barcelone. Les espaces qui lui sont réservés occupent une place considérable.

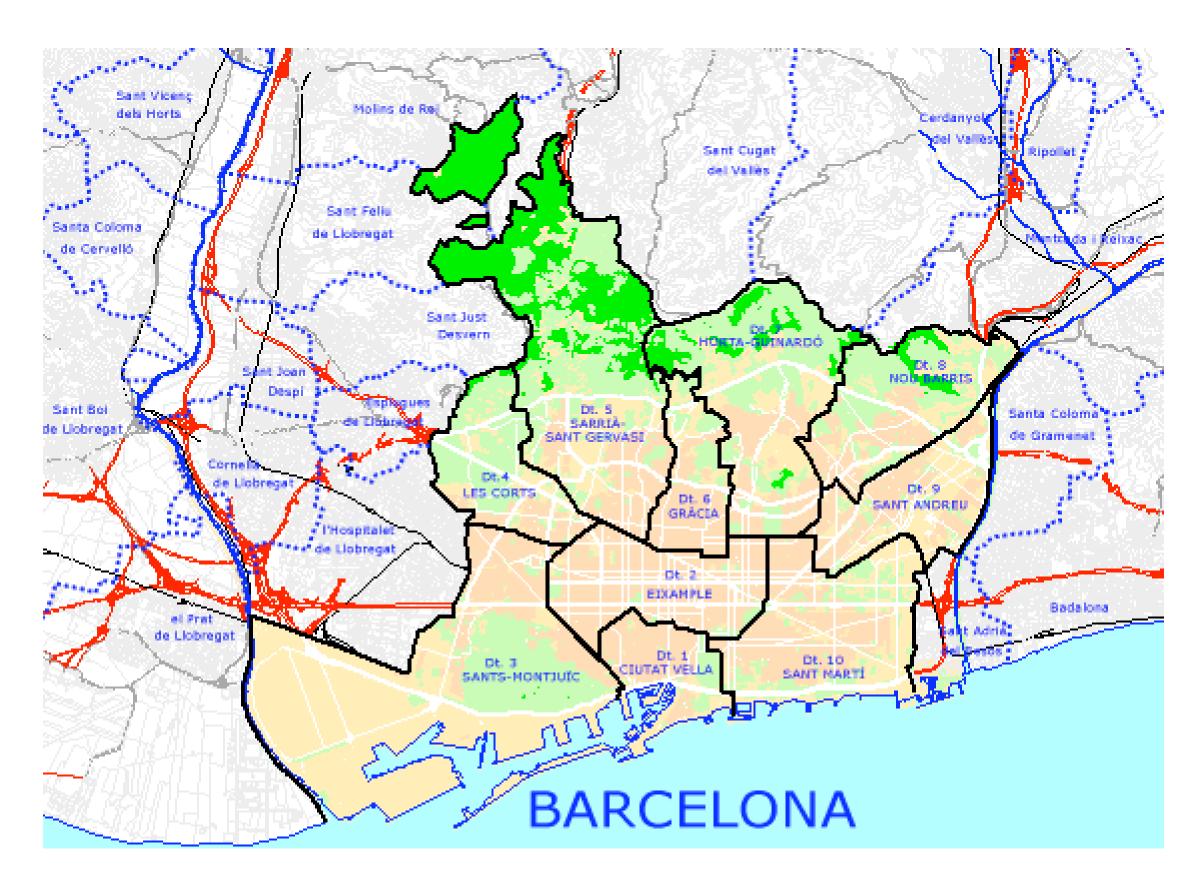


Figure 7 *:* Localisation des différents quartiers de Barcelone   source : site Internet de la ville de Barcelone : http://www.bcn.es

[31] Définition du mot piéton . p.2732. Dictionnaire historique de la langue française, ss dir. Alain REY. Paris : dictionnaires Le Robert, 2000.

La rue au cœur de l'attrait touristique : ramblas et passeig

L'importance du déplacement piétonnier est fondamental dans le cas de Barcelone.



Figure 8 *:* L'avenue Diagonale : un nouvel espace de déambulation, septembre 2004. Cliché S. Miaux.

L'avenue Diagonale (figure 8), qui traverse la ville de part en part, dispose d'un large espace piétonnier central qui conserve la forme des ramblas[32]. Ce type d'aménagement est très présent à Barcelone et reproduit la structure ancienne de la voirie qui se forme par tronçons à partir du XVIIIe siècle[33].

Cet espace central est aménagé pour le piéton lors des travaux récents de mise en service du tramway qui circule sur les côtés extérieurs de la rambla, dans des zones enherbées.

---

[32] Il s'agit d'une forme particulière d'axe de circulation, dans laquelle la place réservée aux piétons est centrale. Le mot rambla signifie à l'origine un torrent qui vient de la montagne. Au XIIIème siècle il s'agit du chemin extérieur de la muraille.
[33] SOKOLOFF Béatrice, *Barcelone où comment refaire une ville*. Montréal : Presses universitaires de Montréal, 1999.

Ici comme ailleurs, l'espace public barcelonais est aménagé en tenant compte du piéton, placé au centre de la zone de circulation. Les voitures circulent dans des voies latérales parfois délibérément placées au niveau inférieur (Rambla du Brésil). Une frontière d'arbres marque souvent la limite avec l'espace piéton. Il s'agit d'un lieu de vie et de rencontre quotidien pour les habitants mais également un espace ouvert, de découverte libre pour les visiteurs. L'aménagement de ramblas contribue en outre à la requalification des vieux quartiers industriels en crise caractérisés par l'importance des friches (Poble Nou). La percée de voies nouvelles (Rambla el Raval ou ramblas près du musée Picasso), l'aménagement de places sur le site d'anciens bâtiments désaffectés accompagnent les opérations de rénovation urbaine, nombreuses dans une ville en chantier soucieuse de consolider son rang de grande destination touristique européenne.

La rambla est constitutive de *l'image* de Barcelone, aussi bien pour les habitants que pour les visiteurs. Elle constitue une *forme urbaine* spécifique. Elle renforce les particularismes de la culture barcelonaise, à tel point que certains disent « ramblear » plutôt que « pasear ». La rambla est particulièrement privilégiée dans les aménagements récents comme en témoigne la Rambla de Mar où le nom seul véhicule l'image d'une ville réconciliée avec son rivage, d'une ville à nouveau tournée vers la mer, vers le large. La Rambla de Mar est un élément important du programme barcelonais de reconquête du front de mer par le tourisme.



Figure 9 : La Rambla de Mar : un pont sur la mer. Décembre 2004. Cliché S. Miaux

La Rambla de Mar propose une déambulation qui correspond plus à une promenade de loisirs qu'à un secteur piétonnier à usage quotidien. Elle fait le lien entre la vieille rambla centrale et un secteur commercial et de loisirs neuf dont le nom évoque aussi la mer (avec aquarium, cinéma 3D…) : *Maremàgnum*. Elle est une sorte de pont sur la mer, un lien symbolique entre vieille ville et quartiers récents, entre passé et présent. L'utilisation du bois (teck) et de l'acier rappelle l'industrie navale, les formes ondulées, les vagues. Cet espace de transition entre le centre ville et la mer semble s'imposer comme une scène sur laquelle le piéton, qu'il soit une personne de passage, en transit, ou un flâneur devient acteur tout autant que spectateur. *La mer et la ville s'offrent en spectacle.*

La culture du passeig a fortement influencé la réinscription de la promenade dans la voirie. « *Barcelone est une ville de rues. Les rues ont une importance fondamentale qui dépasse leur fonction de connexion et qui les placent comme des lieux complexes de relations citadines* »[34]. Tout en respectant la diversité des voies dans la ville : carrer, rambla, passeig, avenguda… et en tenant compte de la place du piéton dans l'espace public, les urbanistes et architectes entreprennent un processus de monumentalisation qui n'est pas limitée à la partie centrale de l'agglomération : « *une conception visant à créer des séquences significatives d'espaces urbains est élaborée actuellement de manière systématique* »[35] . Dans le secteur de Nord-Est, le lien entre plusieurs places est réalisé en s'articulant au réseau des voies secondaires à fort caractère « *civique* »[36] que sont la vía Júlia, l'avenue Rio de Janeiro et le passeig de Valldaura. Dans le quartier de Sant-Andreu, l'axe piétonnier est un des premiers projets de parcours reliant plusieurs espaces publics. Les espaces piétonniers ne se limitent pas à une zone, comme on peut le constater dans de nombreuses villes françaises, au contraire, ces derniers s'organisent en axes faisant lien entre différents nœuds de la ville. L'idée d'itinéraire urbain, avancée par les urbanistes barcelonais, favorise le lien entre les diverses parties de la ville en un tout articulé et expressif[37].

---

[34] BORJA Jordi, MUXI Zaida, *El espacio público : ciudad y ciudadanía.* Barcelone : Electa, 2003, p. 150.
[35] SOKOLOFF Béatrice, op.cit., p.68
[36] les voies civiques réinterprètent les typologies classiques de la rambla, de l'avenue, de la promenade ; les projets intègrent non seulement les circulations piétonne et automobile, mais ils permettent aussi une grande diversité d'usages civiques ; leur construction inclut souvent des éléments en sous-sol (stationnements et infrastructures diverses), voir SOKOLOFF Béatrice, op.cit., p.65
[37] *ibid.* p.63

La rambla constitue un élément représentatif de la culture barcelonaise à tel point que celle-ci « *est à la fois un des lieux primordiaux d'activités et l'espace public par excellence de la ville*» [38]. Barcelone est une ville conçue pour se promener. L'aménagement de la rambla y prend différentes formes :

- La première, classique, concerne des réalisations récentes comme les ramblas de Sant Andreu, de Catalunya ou de Poble Nou, dont on a modulé les dimensions pour accentuer l'usage piétonnier. Un effort est aussi entrepris en ce qui concerne le revêtement des sols et le mobilier urbain pour respecter une certaine unité et la continuité de surfaces piétonnes.
- Le second type d'intervention concerne le traitement de l'esplanade centrale, qui est parfois surélevée, ce qui accentue l'autonomie de la promenade et en fait une activité de découverte et de rencontre dans un espace protégé. La Via Júlia, la Rambla du Brésil sont les premiers aménagements à avoir été entrepris sous cette forme



Figure 10 : La vía Julía. source : Jordi Borja, Zaida Muxí . op.cit. 2003, p.151

[38] BORJA Jordi, MUXI Zaida, *op.cit.,* 2003, p.150

Ainsi, le principe de la rambla reste central dans les nouveaux aménagements, comme une tradition que l'on souhaite maintenir. A Barcelone, la voie publique est donc traitée comme un lieu mixte d'équilibre entre les pratiques traditionnelles et les activités contemporaines. L'urgence, dans certains quartiers en reconversion, a parfois abouti à la réalisation de formes particulières de ramblas comme celle de Prim. Cette dernière, qui fait 60 mètres de large et 2,5 kilomètres de long, est devenue une sorte de parc linéaire au cœur d'un quartier d'habitations contemporaines, avec ses grands blocs isolés.

Le type d'aménagement retenu dépend en partie des caractéristiques morphologiques et socioculturelles du quartier. Ainsi, on remarque que ce sont les considérations liées aux usages qui ont amené à définir comme rambla le prolongement de l'avenue Diagonal au-delà de la Plaça de les Glòries.

Ces mêmes principes président à la circulation dans les *passeig*, voies qui permettent des usages divers grâce à la combinaison complexe qu'ils offrent entre circulations, contre-allées, esplanades et trottoirs latéraux. On trouve par exemple dans les douze voies de circulation, les vastes trottoirs et différents types d'esplanade du Moll de la Fusta *« une expression contemporaine très puissante »*[39].

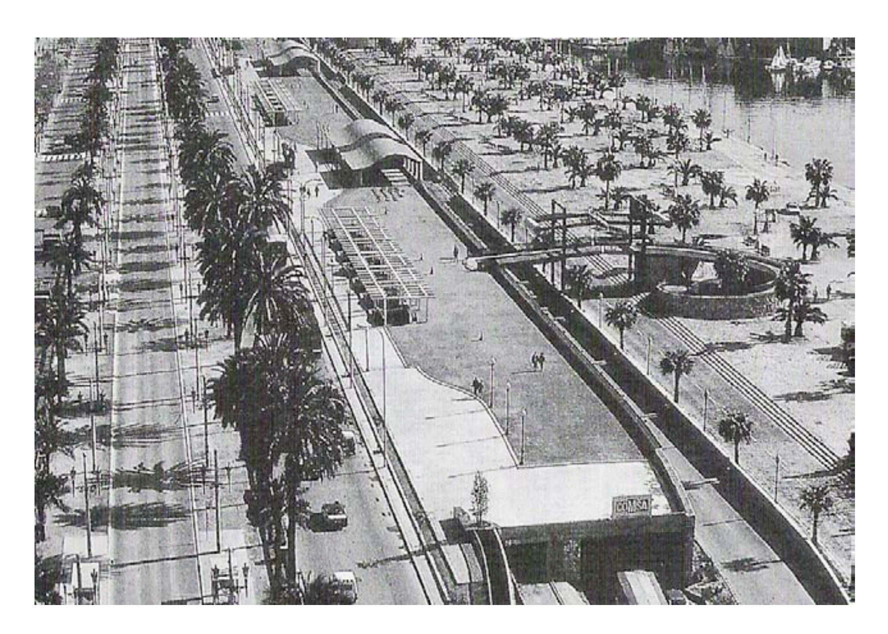


Figure 11 : Moll de la Fusta source : Boulevards, rondas, parkways... des concepts de voies urbaines. Ss dir. Jean-Loup Gourdon. Paris : Ed. CERTU, Plan urbain, 2000, p.65

[39] SOKOLOFF Béatrice, op.cit., p.67

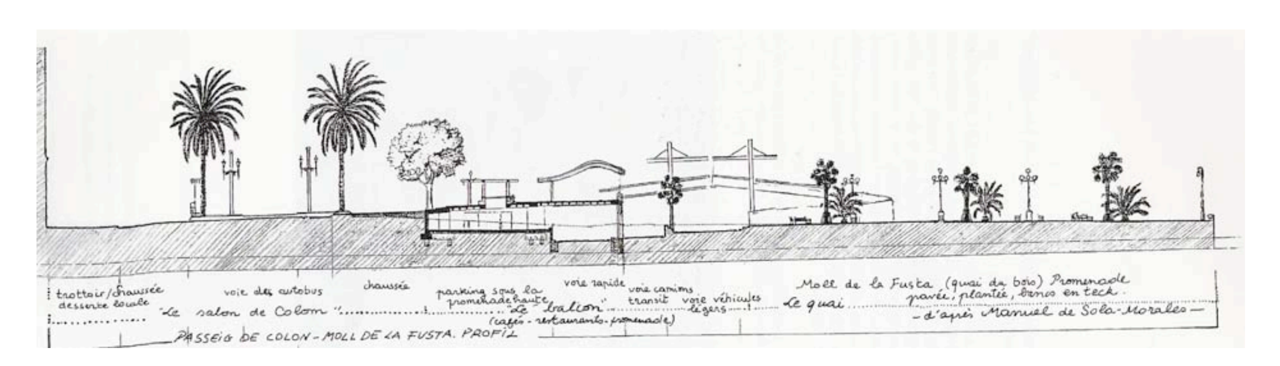


Figure 12 : profil du passeig de Colon- Moll de la Fusta. source : Boulevards, rondas, parkways… des concepts de voies urbaines. Ss dir. Jean-Loup Gourdon. Paris : Ed. CERTU, Plan urbain, 2000. p.66

Ce passeig continue jusqu'au Passeig Marítim et achève ainsi l'ensemble des promenades du nouveau front de mer. « *La formalisation des relations entre des éléments apparemment aussi antithétiques du point de vue des usages qu'une autoroute de ceinture, une grille de voirie urbaine et toute une gamme d'espaces de promenade est résolue de façon audacieuse*»[40]. Cette complexité est visible à travers le profil du Passeig de Colon (figure 12). La proximité de différents usages semble parfaitement gérée dans l'idée d'autonomie.

Un espace public conçu comme un musée à ciel ouvert

Enfin, on note l'importance de l'œuvre d'art symbole de mémoire ou au contraire de contemporanéité placée au cœur de ces différents espaces publics. Ces deux dimensions véhiculées par l'art font partie des objectifs soutenus par les urbanistes et architectes. Ces derniers placent la ville entre tradition locale et ouverture vers le monde extérieur par le biais d'œuvres d'art réalisées souvent par des artistes étrangers. L'art est omniprésent dans le quotidien des barcelonais et des visiteurs de la ville et conforte aussi l'énorme potentiel touristique de Barcelone. La richesse et la diversité de l'espace public barcelonais en font, à elles seules, un véritable pôle d'attraction touristique.

---

[40] SOKOLOFF Béatrice, op.cit., p.67



Figure 13 : Sculpture de l'architecte Rovira face à l'Ensanche . Cliché S. Miaux, septembre 2004



Figure 14 : Sculpture contemporaine au cœur de l'espace public. Cliché S. Miaux, janvier 2005

L'espace public barcelonais est souvent considéré comme un musée à ciel ouvert, même si l'un de ses plus célèbres concepteurs, Oriol Bohigas, préfère parler de « monumentalisation »[41]. Cette monumentalisation discrète met en scène les éléments « naturels » du paysage barcelonais (la mer, notamment) ou « libère » l'art. Sous toutes ces formes, ce dernier envahit l'espace public. Il n'est plus cantonné à l'espace clos du musée mais devient omniprésent dans la ville. Le musée lui-même, quand il existe, se dote de grandes parois translucides qui abolissent la frontière entre l'intérieur et l'extérieur, le musée et la ville.



Figure 15 . Plaça dels Ángels, les parois translucides du Musée d'art contemporain de Barcelone. Cliché E. Coste, avril 2004.

[41] BOHIGAS Oriol, *Reconstrucción de Barcelona*, Madrid : Ministerio de Obras Públicas y Urbansimo,1986.



Figure 16 : Vue sur la mer. Cliché S. Miaux, mars 2003.

De même, dans la continuité des aménagements réalisés en front de mer, cette esplanade propose un espace de contemplation du panorama, dans lequel le piéton peut devenir spectateur ou seulement se reposer, s'arrêter sur lui-même. Les sièges sont disposés de sorte que les personnes peuvent faire le choix de s'isoler ou au contraire de rechercher le voisinage (figure 16). Il s'agit d'une invitation au voyage dont le piéton peut se saisir. Touristes et barcelonais s'y côtoient pour un moment de contemplation partagé. La mise en scène du panorama fait du piéton un spectateur durant son déplacement. Sa progression est ponctuée de moments de repos ou de distraction, de réflexion voire de rencontre. L'expérience du déplacement s'enrichit ici d'une dimension d'ouverture sur l'environnement qu'il parcourt.



Figure 17 *:* Quand l'art rythme la découverte de la ville, Cliché S. Miaux, septembre 2004.

Enfin, l'art au cœur de l'espace public contribue à placer le visiteur dans une sorte de musée à ciel ouvert[42], œuvre du quotidien, fondée sur la surprise, invitation à la découverte d'un objet d'art polymorphe qui est tour à tour sculpture hautement symbolique ou toboggan (figure 17. Sant Jordi, du sculpteur André Nagel ; Saint George, l'un des saints patrons catalans, terrassant le dragon). Le parc de l'Espagne industrielle, réalisé à l'emplacement d'une ancienne usine (« l'Espagne industrielle ») « *allie espace de promenade, de passage, de rencontre voire de découverte ludique qui prend forme dans la rencontre avec l'usager »*[43]*.* Ce dernier peut faire le choix d'une découverte distanciée ou au contraire choisir de laisser aller sa curiosité jusqu'à gravir les marches menant au cœur de l'œuvre d'art qui se métamorphose en objet ludique.

Ainsi, l'espace public barcelonais invite le piéton au détour, lui laissant le choix. Se déplacer à Barcelone est une invitation à la découverte de l'inattendu. Le piéton qu'il soit habitant de Barcelone ou touriste, trouve à sa disposition un espace public aéré, divertissant, surprenant par les œuvres qu'il expose.

---

[42] SOKOLOFF Béatrice, op.cit., 1999, p.67

[43] DAMERY Claire, LABUSSIERE Olivier et MIAUX Sylvie. « Barcelone et la mise en scène de ses espaces publics : enjeux urbanistiques et enjeux d'usages saisis par la photographie », *Revue TIGR*, à paraître.

L'espace public barcelonais est devenu un concept qui s'exporte : le projet urbain a montré ici sa capacité à définir des formes propices à l'association d'usages multiples et parfois contradictoires. Il révèle à toutes les échelles une grande cohérence dans des objectifs urbanistiques qui visent à la fois la mise en scène de la ville et la définition d'un rapport entre les usages, les formes urbaines et leur signification. Le projet a été organisé comme un tout. Comment le touriste ou l'habitant vit-il ce récit ?

L'espace sensible : perception de la mise en scène sur la Plaça dels Angels et le quartier El Born

La richesse des formes et des usages de l'espace public barcelonais amène à s'interroger sur la perception qu'en ont les touristes. Il s'agit de mettre à l'épreuve de l'expérience des visiteurs un espace public présenté comme « réussi » voire exemplaire afin d'identifier ce qui fonde leur itinéraire. Quels en sont les éléments porteurs de sens ? Correspondent-ils aux objets mis en scène par les urbanistes ? Peut-on repérer une adéquation entre la dimension subjective du piéton et la dimension propre à l'urbaniste ? La méthode des itinéraires, utilisé par Sylvie Miaux dans sa recherche comme outil d'évaluation des représentations, n'a donné que des résultats partiels et décevants : par exemple, dans le quartier de Gracià, les personnes interviewées n'ont fait part que de l'étroitesse de certaines rues, entraînant des difficultés pour se déplacer. Ce type de commentaire n'aide pas l'analyse de l'expérience sensible des touristes, quand on sait que ces quartiers d'origine médiévale présentent une structure forcément étroite : le passant est obligé de marcher sur la chaussée pour pouvoir passer. De plus, la présence de piquets métalliques pour empêcher les voitures de se garer limitent l'espace piéton. Cependant, les personnes enquêtées insistent beaucoup sur le plaisir qu'elle ont à marcher dans ces petites rues : « *je préfère marcher sur un espace réduit mais plus calme que d'être à proximité d'une grande avenue où il y a beaucoup de bruit* ». D'autres ont « *l'impression d'évoluer dans un espace protégé, aéré dans lequel* [on peut] *oublier les tracas de la journée » ; « la présence d'arbres en bordure des trottoirs rassure car elle marque une frontière avec la circulation automobile ».*

Plus classique, la méthode de l'observation et de l'évaluation des images mentales (développée ici aux paragraphes 111 et 112) a permis de relever un

certain nombre de pratiques significatives du fonctionnement touristique des espaces publics barcelonais.

L'exemple des espaces publics du quartier El Raval, quartier en cours de revitalisation qui est structuré autour de places nouvelles formant un espace ouvert qui contraste avec l'étroitesse des vielles rues est intéressant. Le quartier Raval est un quartier populaire considéré comme un des plus marginalisés de Barcelone. C'est un quartier qui souffre de son image car il est marqué par de nombreux problèmes sociaux comme la délinquance, la pauvreté, un bâti insalubre. La morphologie urbaine faite de ruelles étroites et sombres accuse encore cette image négative. Vieux quartier d'immigration, il abrite aujourd'hui la dernière vague venant d'Amérique latine et d'Asie, population entassée dans des immeubles « taudifiés ». Cependant, à la faveur des premières opérations de requalification urbaine entamées dans les années 80, la physionomie du quartier commence à changer. Si la mixité sociale demeure imparfaite, l'implantation de lieux d'art transforme progressivement la vie du Raval. L'implantation du Musée d'Art Contemporain de Barcelone au cœur del Raval doit contribuer à accélérer le renouvellement urbain du quartier. Ce pôle culturel amène ainsi luminosité et espace au quartier relativement enclavé et très dense. Il se situe sur la place dels Angels, qui devient ainsi un important lieu de passage. Les différents accès à cette place (plus ouverts sur la partie restructurée du quartier, limitée à une étroite ruelle vers la zone la plus paupérisée), de taille hétérogène, favorisent les flux et reflux vers sa partie centrale. Ceci est accentué par le fait que la place dels Angels, majoritairement piétonne, est en perpétuel mouvement.



Figure 18. Affiche du MACBA, sur la Plaça dels Angels. Avril 2004.

Pion avancé de la reconquête urbaine, équipement culturel prestigieux dans un quartier populaire, le MACBA engendre des flux touristiques nouveaux vers une partie du centre de Barcelone longtemps ignorée par les visiteurs (photo page titre). Pôle culturel et architectural contemporain, il contribue à valoriser positivement le quartier et participe au rayonnement de la métropole catalane. De marge répulsive, el Raval peut ainsi prétendre à devenir un nouveau lieu de centralité dédié à l'art et à la culture. Il accueille d'ores et déjà des touristes se rendant au MACBA qui croisent, l'espace d'un instant, les habitants du quartier utilisant la place comme lieu de promenade ou terrain de jeu pour les enfants. Interdite à la circulation automobile, composée de différences de niveaux savamment agencés, la place est un lieu de loisir privilégié : les amateurs de sport de glisse y côtoient des enfants adeptes du jeu de balle. Tolérée, discrètement régulée par les autorités municipales, la pratique du skate-board n'empiète pas sur les itinéraires empruntés par les visiteurs du musée. Les skaters et les visiteurs suivent des chemins proches mais sans heurts apparents, dans une relative tolérance ou peut-être indifférence. But de l'incursion dans le quartier du Raval, le MACBA n'est plus un espace clos, étranger à son environnement immédiat. Le hall d'accueil du musée, composé de photographies des « gens d'ici », est une invitation à l'échange avec la population résidente. L'ensemble du musée est conçu comme un lieu ouvert sur la ville. La façade de verre gomme la frontière entre l'intérieur et l'extérieur, les escaliers prolongent les dénivelés aménagés sur la place contribuant à accentuer le sentiment de continuité entre l'espace public et le musée. « Ce qui est à voir » appartient aussi bien au dedans qu'au dehors. Les identités sont brouillées par ce jeu de miroir. Le visiteur et le passant sont à la fois et l'un et l'autre. La transparence abolit l'obstacle, réduit les marquages sociaux et introduit une forme de mixité sociale et spatiale.

Ce pôle culturel contemporain attire une population plutôt jeune, intéressée par l'art contemporain. De nombreux mouvements associatifs, commerces (boutiques design, cafés, restaurant à la mode…) et galeries liés à l'art contemporain essaiment dans la partie maintenant plus aisée du quartier. Ceci apporte ainsi au quartier un dynamisme nouveau et une image de modernité.

Les formes d'expressions artistiques spontanées diffusent dans le quartier. L'art est aussi dans la rue : de nombreux graffitis colorés et imposants recouvrent des tôles délimitant une zone de travaux proche du musée.

La Plaça dels Angels est donc devenue, en grande partie grâce aux politiques urbaines et touristiques, un espace propice aux jeux de plein air, rendant ce lieu vivant, animé et jeune et transformant considérablement le quartier del Raval.

Dans le quartier touristique d'El Born, des changements notables sont également perceptibles. Situé au sein de la vieille ville, au sud-est de la Cathédrale, dans la partie sud du quartier de la Ribeira, ce quartier est assez bien délimité par quatre grands axes routiers : la Vía Laietana, les Carrer del Commerc, de la Princesa et l'Avenguda Marques de l'Argentera.

Ce quartier très fréquenté présente une forte concentration de musées (dont le plus célèbre est le musée Picasso), de monuments, de rues à l'ambiance prisée. Il connaît à l'heure actuelle de nombreuses mutations qui s'expriment à travers des opérations parfois lourdes de rénovation. Différents éléments structurent ce quartier : la Basilique Santa Maria del Mar, de style gothique catalan, le Mercat del Born, ancien marché en cours de réhabilitation, ainsi que la rue Montcada qui, à elle seule, regroupe trois musées (Picasso, du textile et précolombien) ainsi que de nombreuses galeries d'art.

Le quartier El Born présente un habitat dense. Les immeubles très hauts combinés à l'étroitesse des rues, souvent pavées, limite le manque de luminosité. Sur l'emplacement d'anciens îlots insalubres, quelques placettes ont été ouvertes, contribuant à aérer le quartier mais les espaces verts demeurent rares. Ils sont présents plus à l'Est avec le parc de la Citadelle et le zoo.

Au sein du quartier, le Passeig del Born, long de 110 mètres, occupe une position stratégique. Il est oblong et se compose d'une place centrale, entourée par des rues pavées, à sens unique, ouvertes à la circulation automobile ; le pavage des rues entraîne une vitesse de circulation réduite. Des places de stationnement, alternant vélos, motos/scooters et voitures, sont prévues de part et d'autre du Passeig del Born, ainsi que dans certaines rues adjacentes, telles que le Carrer antic de Sant Joan et le Carrer del Rec (dans sa partie rejoignant la rue Princesa). De plus, des poteaux, disposés le long des trottoirs, empêchent le stationnement des véhicules hors tracé. On constate également que des pots avec des palmiers bloquent l'accès à différentes rues s'ouvrant sur le Passeig del Born. C'est notamment le cas pour les rues piétonnes Montcada et Vidriena et pour le Carrer del Rec (dans sa partie rejoignant l'avenue Marquès de l'Argentera). La

circulation des véhicules motorisés est donc limitée et canalisée. Cette disposition du Passeig facilite également la livraison des marchandises.

L'agencement de la place est dans l'ensemble symétrique, que ce soit dans le sens de la largeur ou de la longueur. Il suit également un schéma bien précis : banc, arbre (en l'occurrence des platanes), lampadaire, arbre, banc… On note néanmoins une rupture de ce schéma : un banc a été remplacé par une fontaine. Cette rupture est contrebalancée par l'œuvre du sculpteur Jaume Plensa : un coffre placé sur un des bancs. Des boulets, œuvres du même sculpteur, ont également été disséminés sur toute la place à l'occasion des Jeux Olympiques de 1992. Là encore, l'art embellit la rue.

A l'origine résidentiel et populaire, ce quartier El Born voit affluer une population nouvelle qui le transfigure. Un processus de gentrification y est en cours comme dans le quartier du Raval. Le « *passeig* » a différentes fonctions : c'est d'abord un lieu de passage et de promenade pour les piétons, les vélos et les rollers. C'est aussi un lieu de rencontre, les habitants y conversent et y échangent, ce qui peut rappeler la fonction initiale de marché du « Passeig del Born ». Ensuite, c'est un lieu de halte où les passants se reposent et profitent de cet endroit ombragé. Enfin, le jour, l'endroit apparaît comme un lieu de vie, tandis que le soir, le passeig se transforme en un quartier « branché », que les Barcelonais appellent volontiers le « Soho de Barcelone ». Des cafés fermés le jour, ouvrent à partir de vingt heures. C'est à ce moment de la journée que les touristes se mélangent aux Barcelonais.

Le réaménagement du quartier en modifie l'image et le rend touristiquement attractif. Le *passeig del Born* est l'expression physique de la *mise en tourisme de l'espace public* car il le *théâtralise*. Plusieurs éléments décoratifs intriguent le passant : la présence d'un grand coffre en fer semblant être tout droit sorti du fond des mers et des boulets de canon évoquent des histoires de trésor et de pirates. Sur la promenade, on peut également observer une fontaine portant un hippocampe et des coquillages dorés au-dessus du robinet ainsi que le dicton « *fais le tour du monde et reviens au Born* » sur le parasol d'un café. Ces éléments intriguent et invitent à chercher la raison de leur présence, autrement dit, à se pencher sur le passé du Born lorsqu'au Moyen-Âge les marchands y rapportaient des denrées rares provenant des lointains pays. Au-delà de ces références historiques, on peut remarquer d'autres éléments ayant une dimension scénographique comme la lumière (contrairement aux rues attenantes, le passeig del Born est très éclairé, notamment la nuit), l'ambiance sonore (les deux voies de circulation du passeig sont volontairement étroites pour rebuter les automobilistes).

En plus de les attirer, il semble qu'on cherche à canaliser les touristes. On observe ainsi que presque tous viennent de la cathédrale et empruntent soit le carrer de l'Argentina, soit le carrer Montcada pour converger vers le passeig del Born. Les axes routiers, les pancartes et les moyens de communication s'avèrent être des éléments canalisateurs.

Par ailleurs, les touristes font généralement une pause, rarement de plus de vingt minutes, sur les bancs de la promenade, dans la basilique ou près du monument aux morts. En effet le passeig del Born est un endroit stratégique, il se situe au coeur du circuit allant de la cathédrale à la citadelle. Les visiteurs des musées ayant piétiné pendant au moins une heure apprécient de pouvoir s'asseoir dans un environnement apaisant. Pourtant l'endroit n'est pas prévu pour accueillir des flots de touristes, les restaurants ont une faible capacité. Or l'axe routier prévu près du zoo risque d'augmenter l'afflux de touristes et ainsi poser des problèmes de sécurité dans les rues étroites du Born.

L'aménagement du quartier El Born montre comment un espace public peut être géré sans se transformer en un *terrain de rivalité*. C'est tout l'art du *compromis* qui est utilisé par les aménageurs, pour éviter les éventuelles tensions que peuvent susciter des pratiques opposées.

El Born est un *quartier transfiguré* qui tente par le biais d'opérations de réhabilitation de changer son image populaire et résidentielle et aspire à devenir un emblème de la culture barcelonaise.

1.3.2. Bordeaux, de la voiture au tramway

Bordeaux, comme Barcelone, est forte d'images. Son patrimoine architectural, ses façades d'immeubles datant du XIXe siècle longtemps noircis par la pollution et les champignons, son association au vignoble constituent autant de facteurs qui ont marqué la perception touristique de la ville. Car c'est en fait par des éléments plutôt négatifs que l'imaginaire collectif a rendu compte de la « métropole d'équilibre » : Bordeaux fut associée au vin, à la bourgeoisie et à la voiture. Le tourisme urbain s'y est cantonné aux visites des vignobles, de quelques monuments historiques et de deux ou trois musées.

Les formes du tourisme à Bordeaux présentent encore en 2005 une configuration assez banale, celle de toutes les capitales régionales : sa fréquentation est

marquée surtout par des courts séjours, majoritairement pratiqués par des visiteurs généralement seuls ou en groupe sans enfant. La très forte saisonnalité augmente avec la fréquentation estivale qui croît grâce aux excursionnistes (Office du Tourisme de Bordeaux, 2005).

Quatre catégories de touristes ou de visiteurs se rendent à Bordeaux :

- de nombreux croisiéristes disposant d'un temps d'escale long : Bordeaux est le deuxième port d'escales de croisière de la façade atlantique. Les escales y génèrent des retombées économiques estimées à 15 millions d'euros sur 6 ans (9,4 millions d'euros au cours des cinq dernières années), résultant de l'accueil annuel de 13.000 croisiéristes et membres d'équipages ;
- des touristes individuels d'origine française ou européenne : l'agglomération regroupe une large part des 9.709 chambres d'hôtels du département. L'office de tourisme de Bordeaux enregistre une fréquentation qui dépasse les 500.000 personnes par an. Le secteur hôtelier se montre dynamique, avec l'ouverture en 2005 du Grand Hôtel de Bordeaux, sur le créneau du luxe, et d'un nouvel hôtel face à la Garonne, rive droite.
- des touristes d'affaires : en plein essor également, le tourisme d'affaires et urbain est porté par un ensemble de 110 manifestations par an, chiffre qui devrait doubler d'ici 2010. Salons, congrès et autres expositions reçoivent jusqu'à 1 million de visiteurs et 11.000 exposants par an ; le parc des expositions, quant à lui, s'étend avec la construction d'un troisième hall de 12.000 m2 opérationnel en 2005 ; en l'espace d'un an, le volume des transactions dans l'immobilier d'entreprise a augmenté de 18 % par rapport à 2002, les transactions locatives en bureaux neufs et récents augmentant pour leur part de 11 %. En 2003, le parc se compose de 1.563.600 m2 de bureaux récents, soit 73 600 m2 de plus par rapport à 2002[44] ;
- de nombreux excursionnistes régionaux dont le nombre est difficile à évaluer.

[44] http://www.lacub.com/bienvenue/01_chiffrescles.asp

1.3.2.1. La ville reconstruit son image.

Une image traditionnellement contrastée.

« Ville du Vin ».

La ville s'est longtemps reposée sur l'image du vin qui a fait sa renommée internationale et lui a offert une notoriété incontestable. Le récit de Bordeaux s'inscrivait alors dans la richesse de ses vignobles et la ville était fière de se présenter comme la capitale mondiale du vin. Aujourd'hui, la cité de Bordeaux rayonne toujours dans le monde entier par « le plus grand est le plus ancien vignoble de vins fins du monde »[45], mais cette image seule ne suffit plus aux ambitions touristiques nationales et internationales de la ville.

« Ville bourgeoise et endormie ».

La ville de Bordeaux a connu deux grandes sources de richesse : le commerce triangulaire et le vin. Ainsi, de nombreuses familles bourgeoises s'enrichirent, donnant à la ville un fort patrimoine architectural. Bordeaux a donc longtemps véhiculé une image guindée, bourgeoise et par là même peu dynamique. Jusque dans les années 1990, Bordeaux portait même le surnom de « Belle Endormie », en référence à la passivité des acteurs économiques et urbains qui se reposaient sur les acquis. « *Bordeaux, ville orpheline de la mer que son nom semble invoquer, veuve de son port et de ses souvenirs de grandeur négrière, image arrêtée sur le cliché de la «belle endormie» - où les Bordelais entendaient «belle» quand le reste du monde comprenait «endormie» - Bordeaux, donc, était un cœur en hiver* »[46].

« Ville voitures ».

La voiture a tenu et tient toujours une place particulière dans l'agglomération bordelaise et la ville fut longtemps synonyme d'embouteillages, s'expliquant à la fois par la situation géographique de l'agglomération et par sa forme urbaine étalée. « *Le visiteur qui aurait eu, il y a dix ans, l'idée saugrenue de remonter le cours de la Garonne, de vouloir embrasser d'un regard le port de la Lune se serait heurté à un boulevard énorme vomissant ses voitures, à une grille rouillée protégeant des quais déserts où s'élevaient des hangars fantomatiques. Bordeaux cuvée 1990 ressemblait furieusement à Bordeaux 1970 qui, elle-même, n'était pas*

---

[45] Brochure touristique Bordeaux 2005 Bienvenue.
[46] L'Express du 08/11/2004. http://www.lexpress.fr/voyage/destinations/dossier/speregions/dossier.asp

très éloignée du millésime 1960. En plus noircie et plus polluée »[47]. En effet, la ville de Bordeaux est située sur l'axe autoroutier reliant l'Espagne au nord de l'Europe. Cet axe draine de nombreux poids lourds ainsi que les touristes du Nord qui se rendent dans le sud-ouest de la France ou en Espagne pendant les vacances. Ce flux passait par les quais avant la construction de la rocade de contournement. Cette concentration de véhicules engendrait alors une forte pollution qui avait pour conséquence de noircir les façades des immeubles. De plus, l'agglomération bordelaise est caractérisée par une faible densité et un fort étalement urbain, ce qui entraîne des difficultés pour la mise en place d'un réseau de transport en commun efficace et un fort taux d'utilisation de véhicules individuels.

La construction d’une nouvelle image, entre marketing urbain et aménagement.

En s’appuyant sur le renouvellement urbain qu’elle opère depuis 1995, Bordeaux est à la reconquête d’une image conciliant passé et présent. Aujourd’hui, elle utilise de nombreuses images pour se distinguer des autres villes. Elle se présente toujours comme la capitale du vin, mais aussi comme la ville d’Europe ayant le plus grand secteur sauvegardé du XVIIIe siècle. Elle donne aujourd’hui à son fleuve et à ses quais une importance qu’ils avaient perdue. Par ailleurs, elle joue aussi beaucoup sur son cadre de vie, son environnement renforçant sa position de capitale de l’Aquitaine. Les vignobles, l’océan, la forêt landaise, les Pyrénées, la gastronomie, la convivialité font ainsi partie intégrante du récit de la ville. Cette multitude d’éléments structurants utilisés pour vanter les atouts de Bordeaux démontre que le récit de la ville est en pleine mutation et trahit la volonté de devenir l’une des villes françaises les plus touristiques.

La ville de Bordeaux est internationalement connue d’abord pour son vin mais également pour son architecture qui en fait un des témoignages les plus intéressants du XVIIIe siècle. Depuis le changement de municipalité en 1995, le projet politique touristique et urbain repose sur deux objectifs :

- une reconquête du centre par le développement des axes Nord-Est / Sud-Ouest du quartier de La Bastide à Meriadeck et le Centre Hospitalier Universitaire, Nord / Sud du quartier du Lac à la gare Saint-Jean.
- le fleuve comme élément urbain et non plus comme une frontière.

---

[47] ibid.

L'équipe municipale a entrepris de répondre à ces objectifs à l'aide d'une circulation apaisée et plus fluide avec la réduction des automobiles dans la ville, d'une réappropriation du fleuve par les habitants de l'agglomération, d'une mise en valeur du patrimoine public et privé par la réhabilitation et d'un réaménagement d'ensemble des espaces publics.

- Le patrimoine architectural.

Le projet urbain défini en 1995 par la nouvelle municipalité consacre une place au partage des connaissances, en s'appuyant sur le patrimoine et l'histoire de la ville. Cette volonté s'est concrétisée en 2003 par l'ouverture de « Bordeaux Monumental », géré par l'office de tourisme, qui fait revivre vingt siècles de patrimoine bordelais au travers d'expositions et de rencontres. L'exposition permanente est une installation multimédia témoignant de la vision contemporaine d'une ville sur son patrimoine monumental et une invitation à visiter la ville, ses monuments, son histoire et les principales étapes de son développement.

Dans l'offre touristique, l'image recherchée par la ville est celle d'une histoire dans laquelle le héros serait Bordeaux. Ainsi, dans l'exposition Bordeaux Monumental, « Bordeaux raconte ses métamorphoses », son histoire est d'abord celle d'une ville d'art qui met en valeur son patrimoine, « l'un des plus importants d'Europe par sa densité et sa qualité architecturale».

La ville a donc décidé de valoriser, par de nombreuses restaurations de monuments et de façades, son caractère historique et patrimonial, en mettant en scène l'aspect de ville riche et prospère du XVIIIe siècle. Ainsi, les hauts lieux patrimoniaux de la ville sont tous restaurés et mis en valeur : le Grand Théâtre, les Allées de Tourny, les places de la Bourse, du Parlement et Pey-Berland… L'image touristique de Bordeaux s'étoffe donc par la mise en valeur des éléments marquants de son âge d'or.

De plus, l'image que veut donner Bordeaux de son architecture est aussi celle de la continuité historique, qui se traduit notamment par une « continuité architecturale ». Ainsi, l'itinéraire touristique « Architecture Contemporaine », disponible dans le Plan guide du patrimoine Bordeaux Ville d'Art, présente les bâtiments à l'architecture contemporaine comme la Caserne des Pompiers de la Rive Droite, le Tribunal de Grande Instance ou la Caisse d'Epargne Mériadeck.

Bordeaux est donc une ville moderne par son architecture mais aussi par son tramway qui fait d'elle une « ville d'avenir ». Ce moyen innovant de déplacement permet également de valoriser le patrimoine historique de la ville.

- Renouveau urbain et modernité.

Bordeaux cherche à reconstruire son image en intégrant deux caractéristiques structurantes de son identité : la destinée monumentale de la cité basée sur la valorisation de son patrimoine historique du XVIIIe siècle et la modernité, caractérisée par de nouveaux aménagements. La réappropriation de cette identité se traduit par une politique de grands travaux urbains qui s'adresse à deux publics : les habitants et les touristes, usagers quotidiens et exceptionnels de la ville. Par la requalification des espaces traversés par le tramway, Bordeaux se redécouvre et les piétons peuvent réinvestir les rues : « *le Tram s'inscrit dans le grand récit d'une ville au passé glorieux, hier en déclin et aujourd'hui qui relève la tête*»[48]. Le tramway, symbole du «renouveau» de la cité, traverse l'agglomération et facilite la découverte des points forts du récit de Bordeaux que sont devenus le fleuve, les quais, les places et les rues. L'image symbolique de cette mise en récit est celle du tramway traversant le pont de pierre inauguré sous Napoléon III, alliant de ce fait patrimoine et modernité.

- La mise en scène du fleuve et des quais.

Le fleuve a longtemps été une voie de communication au service du commerce du vin et des colonies, ce qui apporta toute la richesse de la ville. Véritable centre névralgique de la cité grâce à l'activité portuaire qui y régnait, le transfert du port plus en aval le transforma en véritable frontière dans la ville, séparant une rive droite industrielle et en crise depuis les années 1980 d'une rive gauche prestigieuse et dynamique. Les hangars et les barbelés qui séparaient les quais de la ville ont alors fait oublier aux bordelais l'existence d'un fleuve.

La nouvelle mise en scène de la ville réintègre ce fleuve au sein de la vie urbaine. Dans un article du journal *Le Point*, Stéphan DELAUX, adjoint au maire chargé du tourisme, rappelle qu'« *il fallait que les Bordelais se réapproprient leur fleuve de la même manière qu'ils devaient se réapproprier leur ville* »[49]. A l'embellissement des quais correspond aussi une volonté de créer un véritable point

---

[48] Revue Urbanisme, Territoires en quête d'image, hors série 18, décembre 2002.
[49] Le point 13/05/04 - N°1652 - Page 610. http://www.lepoint.fr/dossiers_villes/document.html?did=147001

d'ancrage touristique, vendu comme « un lieu phare de la vie des Bordelais », « vecteur de convivialité ». Ainsi, l'aménagement des rives avec promenades, jardins, splendeur des façades, guinguettes, marchés, bateaux et navires redonne le plaisir de la ville au bord du fleuve.

De plus, la municipalité décida de créer en juin 1998, la première fête du Vin, qui réunit plusieurs dizaines de milliers de personnes sur la place des Quinconces et en 1999 la fête du fleuve. Ces festivités ont toutes les deux été programmées sur un rythme biennal. Les quais sont alors transformés en lieu de fête avec des balades sur le fleuve, des courses de voiliers, de kayaks ou d'off-shore, des stands gourmands, des banquets, des expositions chargées d'histoire, des concerts et des feux d'artifice. Ces deux événements résonnent dorénavant comme un hommage à deux piliers du patrimoine bordelais : le vin et la Garonne. Les berges du fleuve font également l'objet d'aménagements nécessaires à une nouvelle image touristique. Ainsi, de nouveaux pontons doivent être édifiés afin de faciliter les escales de navires de croisière comme les possibilités de balades fluviales, plaçant de ce fait le fleuve au sein de l'intrigue touristique de la découverte de Bordeaux.

Enfin, les aménagements les plus symboliques concernent les hangars, édifiés dans les années 1930 pour l'industrie portuaire et ravagés par la crise économique. Plusieurs d'entre eux ont été rasés afin de récupérer de l'espace et libérer le champ visuel. Le hangar 14 a été transformé en centre de congrès et autres manifestations et six autres (15 à 20), situés au-delà de l'esplanade des Quinconces, accueillent une jardinerie, une grande surface de bricolage, des restaurants et commerces de services, ainsi que deux parkings.

Ce renouvellement vise le changement d'image des berges de la Garonne, aussi bien pour les bordelais que pour les touristes. « *Un ensemble fait d'espaces d'animation et de promenade, d'un pôle commercial dans les hangars, prochainement d'un jardin public en bordure de Garonne, au pied du conservatoire, d'un programme de réhabilitation des bassins à flot incluant la construction de logements et de bureaux, de la réalisation d'un port de plaisance à proximité de la place de la Bourse... L'heure de la grande réconciliation a sonné pour le fleuve et la ville, qui cesseront désormais de se tourner le dos* »[50].

Bordeaux s'essaie donc à construire un récit multiple : en plus d'être une ville d'art et d'histoire, une ville moderne, une ville renouvelée, elle veut être aussi « *la*

---

[50] ibid.

capitale du bien vivre en France » par ses plaisirs gastronomiques (« *Capitale mondiale du vin* »), culturels (multiples expositions, musées et spectacles très divers) et ses espaces de détente et de cheminement piétons de jour comme de nuit. (Itinéraire de « *Bordeaux, ville de lumière* », quais, …)[51].

Le bien être et le savoir-vivre sont ainsi développés dans les différentes brochures diffusées par l'Office du Tourisme sur le site internet (www.bordeaux-tourisme.com) et sur format papier, comme le montre la photo suivante. Le cliché de l'espace vert, lieu de rencontre et de convivialité urbaine, y est associé aux plaisirs de la gastronomie représentée ici par des verres de vin et des baguettes de pain.

Bordeaux veut donc être vue comme « *une véritable destination touristique grâce à son dynamisme retrouvé* »[52]. Cette volonté fait écho à son image ancienne de belle endormie. La ville affiche à présent une offre touristique diversifiée et qui ne repose plus uniquement sur le vin. Bordeaux se raconte à nouveau aujourd'hui en tant que ville renouvelée et tournée vers son fleuve, qui retrouve désormais sa place en cœur de ville par la réhabilitation de ses quais et de sa rive droite (« *2005 : l'année du fleuve* » pour Bordeaux). Pour y parvenir, la ville mène une politique de marketing urbain et de communication : nouvelle ligne de vêtements de marque « BDX », affiches de la cité rivalisant avec certaines métropoles telles que Rome et Hokkaïdo, articles parus dans des magazines nationaux (Géo, Le Point, L'Express) et des émissions de télévision (Envoyé Spécial). Dans le magazine Le Point, Bordeaux est qualifiée de « nouvelle rivale » dans le palmarès des villes françaises où «il fait le plus bon vivre», puisqu' «*en trois ans, Bordeaux a grignoté 24 places au tableau d'honneur ! une ascension spectaculaire qui couronne l'extraordinaire métamorphose de la capitale aquitaine*»[53]. Dans une étude du CSA menée en 2001 sur l'image des grandes villes de France, Bordeaux se place parmi les trois premières en moyenne[54]. On assiste dès lors à la renaissance d'une ville dont l'image est un véritable produit de communication.

---

[51] ibid.
[52] ibid.
[53] Magazine Le Point, 27/01/05, n°1689, p.53, http://www.lepoint.fr/ societe/document.html
[54] http://www.csa-tmo.fr/dataset/data2001/actu20010404a.html

La place Pey-Berland, synecdoque du Bordeaux des Lumières

Devenue un espace touristique majeur de la ville, la place Pey-Berland a fait l'objet d'une attention toute particulière des architectes et des ingénieurs chargés de la gestion des déplacements de la Communauté urbaine. Transformée radicalement plusieurs fois au cours des siècles mais aussi au cours des cinq dernières années, elle constitue un terrain idéal pour évaluer l'impact de la mise en scène d'un espace public patrimonial par le tourisme.

La place Pey-Berland est un haut lieu patrimonial. Symbole de Bordeaux, « Petit Paris » et lieu de mémoire marqué par les trois dernières guerres (1870, 1914, 1939) au cours desquelles le gouvernement français et les parlementaires se sont réfugiés à l'Hôtel de Préfecture, la place est d'abord dédiée à la fonction religieuse. Anciennement place Saint-André, elle accueillait l'archevêché de Bordeaux ainsi que l'église Notre-Dame et l'église Saint-Sauveur, aujourd'hui toutes deux disparues. La cathédrale Saint-André, consacrée en 1096 par le pape Urbain, déjà présente au IVe siècle, constitue le point central de la place actuelle. A proximité se trouve la tour Pey-Berland, bâtie sur un ancien cimetière en 40 après Jésus-Christ pour servir de lanterne des morts.

- Les premiers aménagements de la place

Ils commencent au moment de la Révolution et permettent aux autorités locales d'assurer une maîtrise foncière bien plus importante que sous l'Ancien Régime. Avant son dégagement, la cathédrale Saint-André était implantée dans un angle de la cité romaine et tournait le dos aux quartiers commerçants du fleuve. Son cloître était séparé de la rue du Peugue par une bande de maisons et son clocher, exclu du vaisseau principal à cause d'un sol marécageux, marquait un côté de la place Saint-André, bordée de maisons, d'échoppes et de tanneries. Cinq petites places entouraient alors l'édifice, sans effet monumental, au devant des portails, de l'abside et du palais archiépiscopal attenant[55] . La cathédrale de Bordeaux commence à se détacher de son environnement avec les travaux de construction et d'embellissement du palais archiépiscopal (Palais Rohan), à la fin du XVIIIe siècle[56]. La mairie fut installée dans ce palais, à côté du pouvoir religieux, en 1836. L'aménagement des abords de ces deux bâtiments devint

---

[55] SCHOONBAERDT Sylvain, *Une place pour la cathédrale de Bordeaux. L'isolement de Saint-André (1807-1888).* Institut d'urbanisme de Paris - Université Paris XII - Val-de -Marne LOUEST – UMR 7145 : juin 2004. 12 p.

[56] FAYOLLE-LUSSAC Bruno, « La cathédrale dans la cité, histoire d'une mise à l'écart », p. 16-33. in ARAGUAS Philippe, DUPLANTIER Jean-Pierre, FAYOLLE-LUSSAC Bruno et PALARD Jacques. *La Cathédrale inachevée Saint-André de Bordeaux.* Bordeaux : Confluences, 1998. Jacques d'Welles, *Le Palais Rohan Hôtel de ville de Bordeaux,* Bordeaux, Delmas, 1954.

dès lors indispensable pour leur offrir un accès digne de leur importance dans la cité. Le déplacement de la mairie entraîna la construction d'une caserne à proximité, sur les terrains de l'ancien hôpital, déplacé à quelques pas de là, près d'un nouveau palais de justice. La prison, la gendarmerie, la caisse d'épargne, la faculté de droit et le musée municipal furent installés dans le quartier[57].

Au XIXe siècle, la religion perd sa place au sein d'une société de plus en plus laïque et libérale, modifiant la représentation urbaine de l'édifice qui devient alors un monument parmi d'autres, un objet patrimonial qu'il faut mettre en valeur. A Bordeaux, la programmation du dégagement de la cathédrale remonte au premier Empire mais les travaux débutent sous le Second Empire lorsque ce quartier devient le nouveau centre de la ville. Les travaux de voirie, motivés par des logiques urbanistiques, économiques et foncières nouvelles, permettent à Bordeaux comme dans le Paris d'Haussmann de créer une place qui modifie profondément l'esthétique et la symbolique de cet édifice. Les bâtiments adossés à l'extrémité de la nef sont alors détruits. « Par rapport au tissu urbain ancien, cet isolement équivaut à une mise à l'écart organique qui s'accompagne de l'installation d'une centralité moderne. La cathédrale est désormais un édifice autour duquel on circule et que l'on traverse, car il est de plain-pied avec la place qui l'entoure [...]»[58]. En 1847, l'ancien Hôpital Saint-André est démoli pour dégager le terrain servant à l'édification de la première Caisse d'Epargne de France (aujourd'hui Musée de la Résistance), le long de laquelle la rue Vital Carles est prolongée vers le Nord. Pour obtenir un parvis décalé par rapport au portail Nord qui mette en valeur la nouvelle construction, l'îlot canonial qui sépare l'ancien Hôpital Saint-André de la façade Nord du transept est rasé. Par ailleurs, on procède à la régularisation de l'angle Nord-Est de la nouvelle place Pey-Berland, en entamant un îlot qui prolonge vers l'Est un alignement des façades du XVIIIe siècle situées en vis-à-vis de la nef. A l'Est, le fond de l'ancienne place Saint-André est élargi avec la disparition de la façade Sainte-Marie de la place. En 1889, un square est réalisé. C'est en arrondissant les angles du terre-plein central et en élargissant les chaussées, qu'une place prépondérante est donnée à la circulation et en 1891 au tramway des 4 côtés de la place. Avec l'avènement de la voiture au XXe siècle, la place devient un espace de circulation important au détriment de la qualité de vie et de l'ambiance. Elle demeure un carrefour circulatoire majeur (croisement de deux des trois lignes de tramway) mais l'aménagement d'un parking souterrain, de

[57] COUSTET Robert et SABOYA Marc. *Bordeaux Le Temps de l'histoire. Architecture et urbanisme au XIXe siècle (1800-1914)*, Bordeaux, Mollat, 1999, p. 135, 144 et 233.
[58] DE MONCAN Patrice et HEURTEUX Claude (sous la direction de), *Villes Haussmanniennes. Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille*. Les Editions du Mécène : [s.l.], 2003. p 52.

parkings à vélo et d'espaces dévolus aux piétons modifie considérablement sa physionomie.

Figure 19. La place Pey-Berland avant les premiers aménagements.
Source : De Moncan, op. cit. : 56

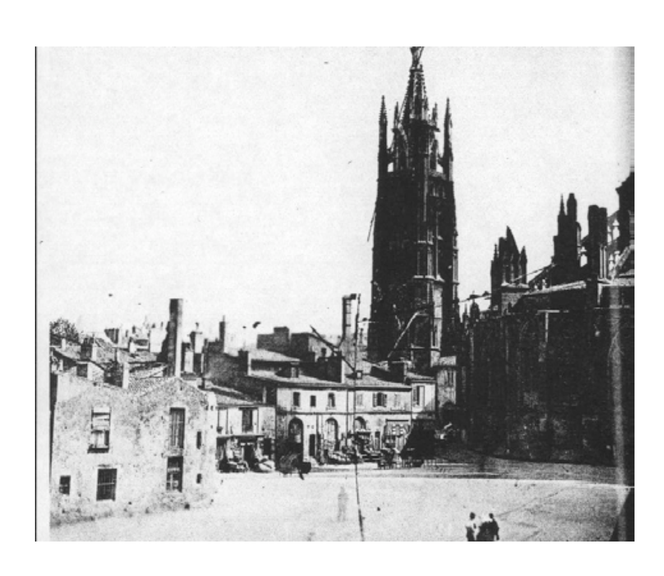


Figure 20 La place Pey-Berland et le tramway fin XIXe siècle.
Source : http://jpc.free.fr/patrim/galerie.htm#Tramway d'antan



Figure 21. La place Pey-Berland dédiée aux voitures (2000). Cliché: Association des riverains de Bordeaux centre
Arbc.free.fr





Figure 22. La place Pey-Berland aménagée et mise en scène (2005). Cliché Pierre WETZEL

La place Pey-Berland et ses alentours dessinent aujourd'hui l'une des centralités de la ville puisqu'elle regroupe de nombreux pôles de la vie quotidienne politique, sociale et administrative : la cathédrale Saint-André, la Tour Pey-Berland, l'Hôtel de Ville, l'école de la Magistrature, le tribunal de grande instance, l'hôpital St André et les musées d'Aquitaine, Jean Moulin et des Arts Décoratifs. Ainsi «*la place Pey-Berland représente la rare réalité d'une grande ville. Y sont rassemblés tous les symboles de la foi populaire et de la République : l'Eglise, la Mairie, l'école, le bistrot, le tribunal et la prison*»[59].

Cette place, fruit d'une longue succession d'aménagements au cours de l'histoire de Bordeaux, offre un visage nouveau hérité du projet urbain de la municipalité élue en 1995.

- A la recherche de la modernité : le projet urbain de 1996 et les plans d'aménagement de Pey-Berland.

La place Pey-Berland est un des symboles de la requalification urbaine de l'hypercentre de Bordeaux. Autour de cette place subsistent de nombreux

---

[59] BOISSEAU Jean-Pierre et BRENOT Philippe, *La Place Pey Berland*. Bordeaux : Confluences, 1996. 38 p.

équipements et propres à renforcer la centralité du lieu[60]. L'objectif du projet d'aménagement de la place Pey-Berland est de lui redonner une position centrale au sein de l'hypercentre. Le projet réaffirme l'importance de cette place et souhaite lui conférer une valeur emblématique à l'échelle de l'agglomération en réconciliant les dimensions patrimoniale et symbolique du site. Il s'agit aussi de restituer de l'espace public aux piétons et à la vie riveraine.

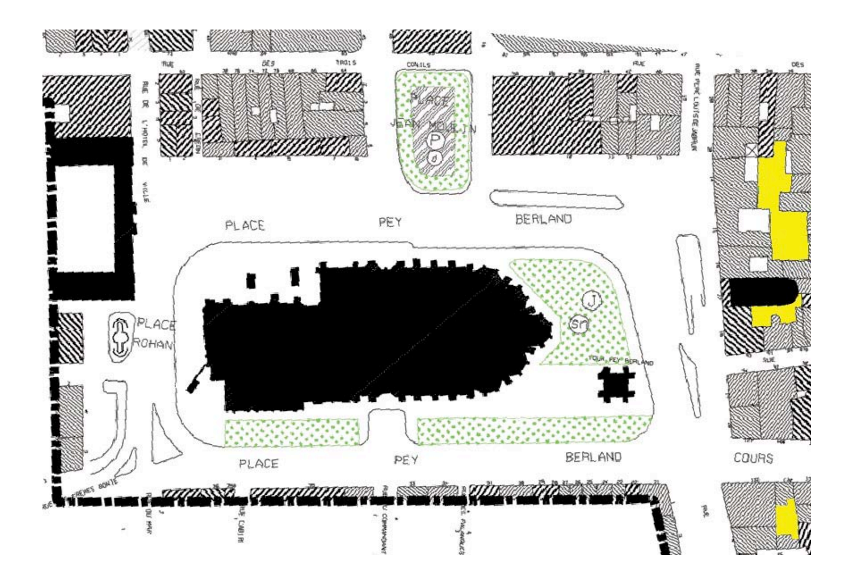


Figure 23 : La place Pey -Berland lorsqu'elle était vouée à la circulation automobile.

Source : Plan du secteur sauvegardé.

---

[60] A'URBA , *Aménagement des places Pey-Berland, Rohan et Jean-Moulin.* Concours d'architecture et d'ingénierie, 1999, 37 p.

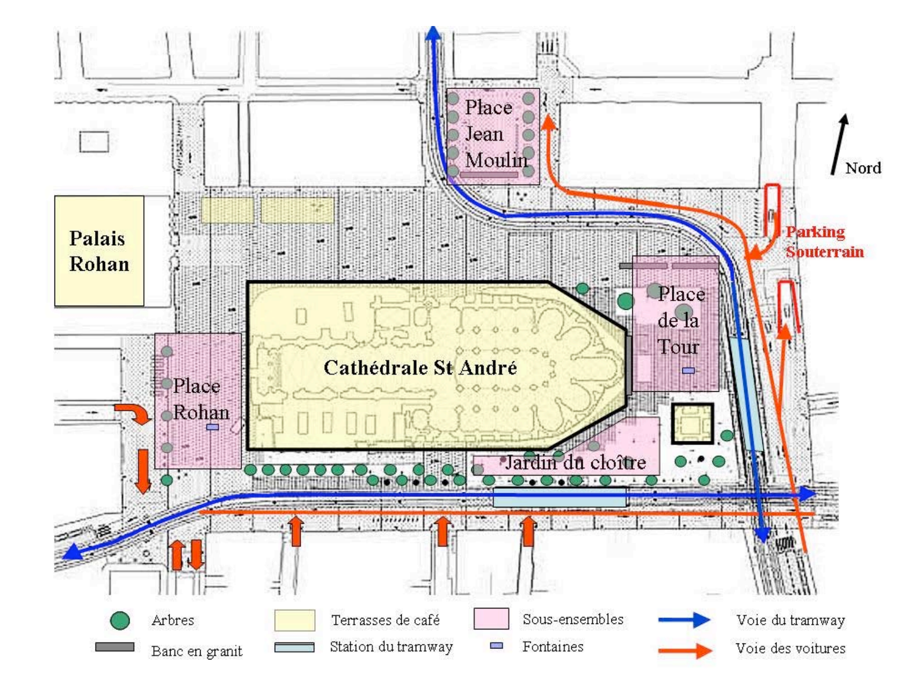


Figure 24 .Plan de la place Pey Berland avec les nouveaux aménagements et le tramway.

Source : B. Fricau, 2005

La construction de l'espace piétonnier.

De par sa situation géographique centrale, la place met en contact différents quartiers. L'axe Nord/Sud oppose un quartier commerçant (rues Porte-Dijeau et Vital-Carles) et un quartier plus populaire (autour de l'hôpital Saint-André). L'axe Est/Ouest met face à face le quartier moderne de Mériadeck des années 1960 et le quartier historique du centre ville. L'ouverture de la place sur la ville se fait par six axes dont les principaux sont situés aux quatre extrémités. De ce fait, le rôle de carrefour de la place favorise les déplacements et la convergence des flux. Cette place et son environnement proche ont subi de profondes mutations en termes de circulation. En effet, la cathédrale Saint-André a perdu son rôle de sens giratoire, pour devenir un lieu de rencontre de la population. Une voie de circulation est restée sur la section de la place entre la rue des frères Boniès et le cours Alsace-Lorraine mais elle est aménagée en « zone 30 » pour des raisons de mixité des déplacements sur la voie (piétons, vélos, tramway et automobiles). La rue Dufour-Dubergier est mise à double sens et, enfin, la rue

Figure 25. Mobilier urbain et revêtement



Source : B. Fricau, 2005

Vital-Carles est uniquement réservée au passage du tramway, des riverains, des piétons et des vélos.

L'objectif est d'affirmer la vocation piétonnière des espaces publics et entre autres ceux de la place Pey-Berland et de ses abords. Le traitement de l'espace offre des modes de déplacement doux, un confort d'utilisation et une meilleure lisibilité. Le but est d'interdire tout type de stationnement sur l'ensemble de la place. La place Pey-Berland est donc aménagée afin que les usagers s'approprient le lieu repensé pour les piétons. Il s'agit de réduire au maximum la circulation motorisée et de proposer une perspective élargie de l'espace notamment grâce aux larges dalles grises qui forment une trame. Pour accentuer cet effet, les architectes suppriment les obstacles visuels (panneaux, lampadaires et feux de signalisation). Désormais seuls les piétons et le tramway pourront bénéficier du lieu[61].

La place Pey-Berland doit devenir un lieu d'échange social grâce à une re-dynamisation culturelle et commerciale du site. Elle est un élément d'un programme plus ambitieux de reconquête des espaces publics (organisation fonctionnelle, embellissement et amélioration de l'accueil). Les espaces publics pensés tout autant pour l'habitant que pour l'usager occasionnel qu'est le touriste s'inscrivent dans un projet de développement d'un tourisme urbain durable. L'espace public y devient le berceau d'une nouvelle urbanité. Il doit garantir le confort d'usage et la sécurité des personnes, mettre en valeur le patrimoine urbain et enfin tendre vers un traitement agréable, cohérent et identitaire du lieu grâce aux matériaux et mobiliers utilisés[62]. Ainsi, les bancs en granit semblent flotter sur un revêtement composé de dalles grises lisses et de plots de bois. Ces éléments entrent en interaction visuellement les uns avec les autres et les lignes franches, droites et incisives tranchent un espace clairement délimité.

Des déplacements orientés par les projets d'aménagement.

Les déplacements en centre-ville sont profondément modifiés par le Plan de déplacement urbain (qui inclus le nouveau réseau de transport en commun en site propre), dont le but est de modifier les conditions d'accès au centre et de ce fait

---

[61] CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE BORDEAUX, *En Direct de Bordeaux*, Lettre n°29, Février 2004.

[62] BERDOULAY Vincent, CLARIMONT Sylvie et VLES Vincent. *Espaces publics et mise en scène de la ville touristique, premiers relevés de terrain sur les espaces publics urbains à Biarritz et Bordeaux*. UPPA : Laboratoire SET UMR 5603 et Ministère de l'Equipement : Direction du Tourisme, rapport intermédiaire, juillet 2004, 188 p.

aux espaces publics touristiques. La place Pey-Berland est ainsi repositionnée au centre de la ville grâce à une amélioration de ses accès et l'éviction de l'automobile. Elle est le point modal du réseau du tramway. Deux stations de lignes différentes (les lignes A et B) contribuent à relier ce secteur à celui de l'Intendance/Gambetta et font de cette place un lieu d'échange et d'accueil qui peuvent renouveler profondément les pratiques et itinéraires touristiques dans la ville.



Figure 26. La place de l'Hôtel de Ville au centre du réseau de tramway

Source :CUB, 2005 http://www.infotbc.com

La mise en tourisme de la place Pey-Berland : communication, image et récit.

Cette place désormais revalorisée est un lieu de passage obligé des touristes du fait de la cathédrale (patrimoine mondial de l'Unesco) et de sa centralité dans le réseau de transport en commun. De plus, le quartier dispose d'une importante offre hôtelière. En 1998, 400.000 personnes ont visité la cathédrale selon les chiffres de l'association chargée par le clergé de l'accueil des touristes. La fréquentation de ce site s'accroît régulièrement. La place Pey-Berland en tant que telle est pourtant *absente des brochures touristiques distribuées par l'Office du Tourisme*. Elle

n’existe qu’à travers ses monuments remarquables : le Palais Rohan, la Cathédrale Saint-André ou la Tour Pey-Berland

Pis, dans le plan guide du patrimoine Bordeaux Ville d’art, la place ne figure sur aucun parcours patrimonial associé à la découverte de la ville alors que la place Jean Moulin est référencée. Elle est même évitée par l’itinéraire de découverte du centre ville.

La communication touristique autour de cette place est donc faible et ne concerne que quelques éléments remarquables isolés de leur contexte spatial. L’urbanisme en a pourtant fait une sorte de synecdoque de Bordeaux : elle incarne à elle seule l’histoire de la ville dans ce qu’elle a de plus grandiose. Dans son aménagement récent lié à la construction du tramway, la place Pey-Berland raconte Bordeaux : des citations inscrites sur des stèles en bronze sont incrustées dans le sol et entourent la cathédrale. Ces plaques mettent en avant le rayonnement religieux et politique de la ville à travers les siècles (arrivée de François Ier par la Porte Cailhau en 1526,...) et à travers le regard de Grands Hommes de Bordeaux (Stendhal, Montaigne, Mauriac...). La présence du musée Jean Moulin (place Jean Moulin) consacré à la seconde guerre mondiale et les plaques au sol qui lui sont dédiées confèrent encore un peu plus une dimension historique aux lieux.

Enfin, la place Pey-Berland offre des aménagements nocturnes visant à mettre en scène l’espace de nuit. Pour cela, les architectes ont procédé à des jeux de lumières et d’éclairages entrant en résonance avec les ombres produites. La place se transforme ainsi la nuit en musée extérieur dans lequel les principaux objets exposés sont mis en valeur. Le plan lumière de la ville est également venu parfaire les aménagements de la place en mettant en lumière la cathédrale, la tour et le Palais Rohan. L’éclairage des éléments monumentaux et l’éclairage au sol créent des jeux d’ombre et de lumière, de verticalité et d’horizontalité qui animent à eux seuls le paysage urbain.

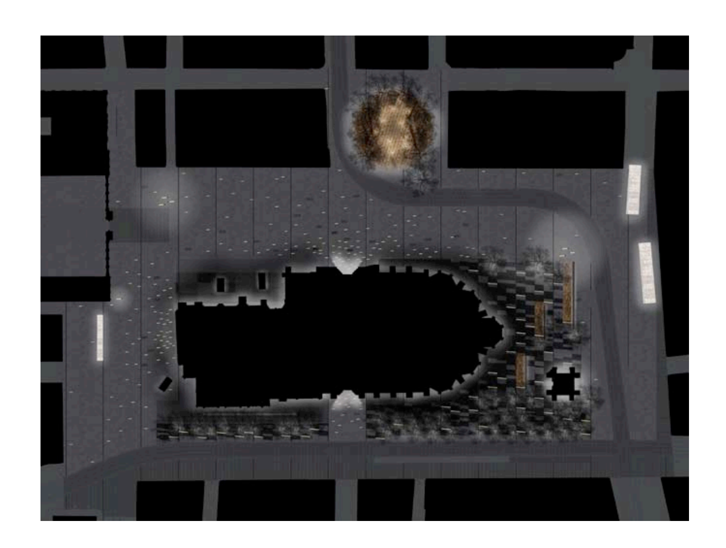
1.3.2.2. Morphologies et images : déplacements et comportements des touristes autour de Pey-Berland

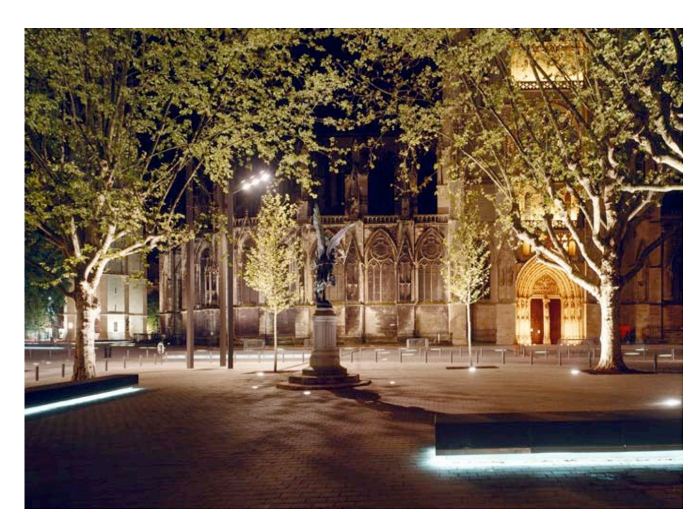
Le dessin de la place est vaguement rectangulaire et ne présente pas d’uniformité architecturale. Les projets successifs d’aménagement ont permis de donner une régularité à l’espace public entourant la cathédrale mais il fut opérationnellement

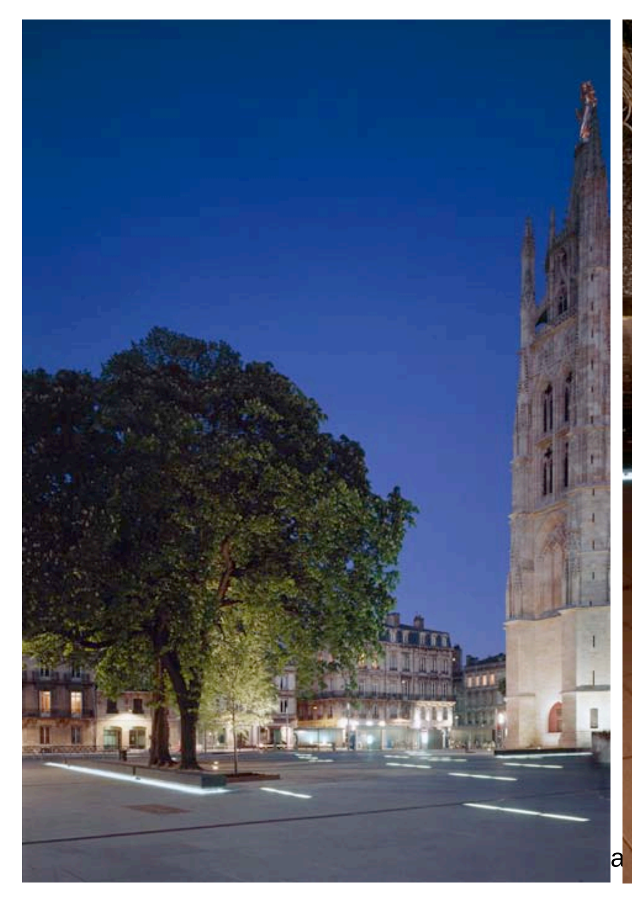
impossible d'agrémenter la forme de la place puisque celle-ci n'avait jamais été clairement programmée. La place Pey-Berland paraît aujourd'hui démesurée et difficile à cerner. Cette impression est le produit du percement de rues assez étroites et de la permanence des anciennes places qui entouraient la cathédrale. La largeur de 15 mètres du cours d'Alsace-Lorraine et de la rue Vital-Carles accentue cet impression de grandeur au débouché des rues. La place Jean Moulin, qui permet de contempler le portail nord de côté, rappelle les places anciennes par sa position et ses dimensions.

Figures 27 à 30. Eclairages de la place Pey-Berland

Sources : www.fmangado.com/images/obra/Detalle/Det_340.jpg







a



De même, les parvis aménagés au devant des portails s'inspirent des anciennes placettes de l'Archevêché et de Saint-André tandis que subsiste la place Rohan, à l'ouest. Finalement, la superposition des espaces anciens et nouveaux est encore observable[63].

Les aménageurs ont privilégié la création d'un espace public minéral où le granit prédomine. En dehors du jardin de la cathédrale, très peu d'arbres sont implantés. Le mobilier urbain est homogène avec des bancs en granit et des parcs à vélos gris qui s'intègrent au site. La mise en valeur de la cathédrale est évidente car cet édifice n'est plus noyé dans la circulation automobile.

L'observation des usages

Différents temps scandent les usages de la place. La semaine, cet espace public est un lieu de passage et de découverte. Les usagers n'y stationnent pas et les terrasses des cafés sont vides en journée mais se remplissent un peu le soir suivant le temps. C'est un lieu d'échange, entre la station de tramway de la ligne A et la Mairie, vers les axes commerçants (Cours de l'Intendance, rues porte Dijeaux et Sainte-Catherine) grâce aux rues des Remparts, Vital-Carles et les Trois-Conils. Des touristes viennent admirer la cathédrale suivant la saison. C'est elles qu'ils cherchent du regard dès leur arrivée et c'est vers elle qu'ils se dirigent en premier lieu.

Le week-end fonctionne sur un autre mode. Le samedi est la journée de sortie pour déambuler dans les rues et faire des achats. La place est alors souvent utilisée comme lieu de passage, mais aussi de détente avec les cafés et les bancs. Le dimanche, l'utilisation de cet espace public diffère encore avec beaucoup moins de personnes qui déambulent mais une plus forte présence des touristes.

Plusieurs types d'usagers se répartissent la place suivant les moments de la journée et de la semaine :

- les usagers en transit, ceux qui attendent le tramway dans le but de se déplacer et ceux qui descendent du tramway pour aller vers le centre ville en passant par la rue des Remparts et la rue Vital-Carles ;
- les flâneurs qui se promènent autour de la place. Certains de ces usagers s'arrêtent sur les terrasses des deux cafés près de la Mairie ;

---

[63] SCHOONBAERDT Sylvain, op. cit. ; VLES V (dir), BRIENT C, DESTRIBATS A, GABRIEL F, De LUCA MOREIRA L F, PERTUZE S, op. cit., 2004.

- les visiteurs qui entrent dans la cathédrale ;
- les sportifs qui pratiquent leur activité autour de la Tour Pey-Berland, souvent utilisée par des rollers, des vélos, des skates ou des trottinettes. Les bancs autour de cet espace sont utilisés par ces usagers pour se reposer.

La place Pey-Berland est pensée pour les habitants mais aussi pour les touristes. Le monument central mis en scène pour attirer le regard est aussi le premier objectif des touristes qui se rendent à cet endroit. Cette étape n'entre pas dans un itinéraire bien précis. Le monument est présenté dans de nombreux guides. Pour l'Office du tourisme, la cathédrale Saint-André et sa tour (tout comme le Pont de Pierre ou la place du Parlement) méritent d'être visitées. Bien souvent, les touristes s'arrêtent pour lire certaines plaques ou bien les panneaux présents sur la tour Pey-Berland. Il ressort d'un échantillon-test d'observation et d'entretiens que les touristes présents sur la place ne viennent que pour visiter la cathédrale. Malgré la présence de cafés, de bancs et de fontaines, la plupart des touristes repartent aussitôt la visite effectuée. Durant la durée de l'observation, personne n'a remarqué le balisage des chemins de St Jacques de Compostelle sur le parvis. La présence du monument semble donc primer sur le reste des aménagements.

Les autres utilisateurs de la place sont les fonctionnaires liés à la présence de nombreuses administrations dans ce quartier. Les jeunes se réunissent également le soir sur cette place pour jouer au foot ou pour « discuter avec des copains », faire du skate et du roller. Des personnes plus âgées passent un peu de temps assises pour « profiter de ce beau temps et lire un peu ». L'usage est donc mixte et intergénérationnel et permet un brassage social. Du point de vue des habitants, cette place possède avant tout un aspect pratique. La cathédrale « fait partie du décor », l'histoire n'a que peu d'importance. Le récit de cette place n'a jamais été lu dans son intégralité. Seuls les éléments fonctionnels font l'objet d'attention (bancs en granit, fontaines). Il y a donc un usage et une appropriation des aménagements mais semble-t-il non d'une histoire riche en symboles.

Cette place se comporte donc comme un *archipel touristique* portant la cathédrale dans un quartier peu touristique appartenant aux Bordelais. ¨Paradoxalement, le renforcement de la centralité de Pey Berland rend l'espace public aux habitants des lieux. Deux discours se croisent alors : celui du touriste qui recherche l'histoire de la cathédrale et celui de l'habitant qui consomme cette place

sans chercher à en connaître l'histoire. Les nouveaux aménagements ont rendu à l'espace public de Pey-Berland sa vocation centrale urbaine, perçue comme telle par les touristes. La diversité historique de cet espace lui donne un grand potentiel touristique. Toutefois, son image et son attractivité semblent mal relayées par les outils de communication et certains aménagements manquent pour l'accueil des touristes (point d'informations touristiques, relais de vente de spectacles culturels dans la ville, histoire des chemins de Saint jacques de Compostelle, services aux piétons et visiteurs comme des toilettes publiques, par exemple).

A l'inverse de Barcelone, la promotion et la communication touristiques du cadre urbain sont moindres à Bordeaux alors que le tourisme apparaît clairement comme une priorité du discours d'aménagement des espaces publics.

Tandis que les producteurs d'espace public cherchent à concevoir des pratiques urbaines et sociales qui s'adressent tant aux habitants qu'aux visiteurs, la réalité des pratiques touristiques, plus complexes et encore mal encadrées par les organismes locaux de tourisme, surprend souvent les gestionnaires de la ville[64].

[64] PALOMEQUE F.L, « Turisme urbà i gestió pública : Barcelona, com a escenari turistic » in TELLO I ROBIRA R, *Espais públics*, Barcelona : Pórtic, 2002, p. 163-185.

2. Un phénomène inquiétant de réduction narrative.

Pour se « mettre en tourisme », Barcelone et Bordeaux, qui constituent deux modalités de la même volonté d'établir un projet de ville ambitieux, décliné en multiples projets urbains et jouant délibérément sur les images induites par les aménagements de l'espace public, sont toutes deux entrées dans un *processus de réduction narrative de leur héritage patrimonial*.

Plus que les différences d'échelle spatiale à laquelle se déploient ces expériences, c'est l'échelle des flux touristiques qui les différencie et qui permet de mieux prendre la mesure des problèmes induits par les interactions formes-images dans la ville.

2.1. La stratégie dangereuse du tourisme de masse à Barcelone

Au sortir de la dictature franquiste, à la faveur de la renaissance de la démocratie espagnole et de l'autonomie catalane, et grâce à une habile politique de communication reposant beaucoup sur l'image, l'urbanisme barcelonais a cherché à s'ériger en modèle accompli des dernières tendances contemporaines et a obtenu un réel prestige international, tant les références qui lui sont faites et les imitations partielles sont nombreuses. La mise en cohérence de toutes les micro-interventions urbanistiques sur l'espace public, leur aspect soigné, leur portée démocratique et artistique, le recours à un design original ont notamment favorisé l'émergence d'une image de Barcelone comme une ville innovante, exprimant à la fois sa personnalité historique et culturelle et ses ambitions internationales.

Cette image renouvelée de Barcelone, comme une ville riche de son patrimoine historique et à la fois dynamique et fascinante, a certes favorisé son attractivité touristique. Mais il faut bien voir qu'il s'agissait là d'un tourisme où dominaient les motivations culturelles, économiques et sociales, le désir de se cultiver et de se mettre au contact d'une société dont le dynamisme fascinait. Certes, et d'une certaine façon, le tourisme faisait écho aux images qui lui étaient offertes ; mais celles qu'offrait l'urbanisme – notamment sous la houlette d'Oriol Bohigas – résultaient de motivations qui étaient autres que prioritairement touristiques. Au

fond, l'activité touristique était clairement secondaire par rapport à ce qui fondait le projet urbain.

Or, c'est exactement ce qui va changer dans les années 1990. D'un tourisme culturel et social, ainsi que d'affaires, *on passe brutalement à un tourisme de masse*. Cette nouvelle donne correspond à une considérable modification des interactions entre la morphologie urbaine et les images de la ville, affectant profondément, en retour, les interactions entre l'habitant et le touriste.

2.1.1. Le changement de nature du tourisme barcelonais

Le flux de touristes motivés par les affaires est systématiquement inférieur, depuis 1997, à celui que motivent les loisirs. Par ailleurs, ces flux ont augmenté de façon considérable depuis une douzaine d'années, changeant radicalement la nature et l'importance de l'activité touristique à Barcelone depuis la célébration des Jeux Olympiques de 1992[65].

Ainsi, le nombre de places dans les hôtels a presque doublé depuis 1990, où il était de 19.000, passant à 36.000 en 2004. On compte aujourd'hui environ 4 millions de touristes par an qui passent au moins une nuit dans la ville de Barcelone, sans compter les quelques centaines de milliers qui la visitent en provenance de localités voisines, notamment des stations balnéaires de la côte méditerranéenne. Autre aspect de cette rapide accroissement du tourisme, Barcelone est devenue la première destination de croisières en Méditerranée. De plus, les deux autres aéroports de Catalogne – Gérone et Reus – fonctionnent dorénavant au profit de Barcelone : la moitié de ses flux passagers pour l'une, les deux tiers pour l'autre. Barcelone ambitionne maintenant de concurrencer Paris comme première destination touristique européenne.

Ce changement considérable de la nature du tourisme barcelonais est le résultat d'une politique dont la gestation s'est faite à l'occasion des Jeux Olympiques. Plusieurs raisons peuvent être invoquées. Derrière des Jeux qui offraient les bénéfices d'une image favorable pour la ville, il faut bien voir que, au fond, s'accentuaient la désindustrialisation et les inquiétudes qu'elle colportait. Il faut aussi noter le développement économique plus rapide d'autres villes et notamment

[65] PLA ESTRATEGIC DE TURISME DE BARCELONA, op. cit., 1993.

de Madrid, accompagné d'une relative perte d'audience culturelle pour Barcelone. Les activités éditoriales, le théâtre, l'opéra sont les témoins de ce glissement de centralité du foyer de développement économique et culturel au profit de la capitale espagnole. Cet arrière-plan de l'évolution barcelonaise, relativement bien caché par l'image favorable projetée par les spécialistes de la communication, est essentiel pour comprendre la force avec laquelle la stratégie du tourisme de masse semble s'être si rapidement imposée dans les faits. Même s'il est difficile de chiffrer la part des bénéfices économiques liés à ce type de tourisme, le fait qu'il profite au moins marginalement jusqu'au plus petit commerce tend à en confirmer l'acceptabilité sociale. Ce consensus diffus n'en cache pas moins des *tensions, voire des conflits*, sur lesquels nous allons revenir. Pour mieux les comprendre, il faut au préalable voir comment cette politique s'est établie et quels en sont les principaux effets urbanistiques.

2.1.2. L'espace public érigé en fondement de la politique d'image

« *L'espai públic és la ciutat, és el carrer* »[66]. Il ne faut pas perdre de vue que l'espace public constitue aujourd'hui un élément essentiel de la politique d'image nécessaire à la concurrence entre les villes.

La nouvelle politique touristique est apparue au grand jour en 1993, avec la création de *Turisme de Barcelona,* organisme mixte issu de la municipalité en collaboration avec la Chambre de commerce et d'industrie et avec la Fondation pour la promotion internationale de Barcelone. Turisme de Barcelona a constitué l'instrument clé de la politique touristique, réunissant les secteurs public et privé au sein d'un même organisme, centralisant et coordonnant les actions de promotion touristique, faisant la promotion de produits touristiques dans une optique commerciale et diffusant la démarche de gestion entrepreneuriale à tout ce qui relève du tourisme et des activités qui peuvent lui être associées. Surtout – et ce qui est très important de notre point de vue – *cet organisme a facilité l'inscription du tourisme comme un des axes fondamentaux du développement de Barcelone* :

[66] BORJA Jordi, MUXI Zaida, *L'espai públic : ciutat i ciutadania*, col. Espai públic urbá n° 2, Diputació de Barcelona, Barcelone : 2001, p. 81.

le Plan stratégique de la ville, dès 1993, en fait effectivement une de ses priorités. C'est ainsi que *l'urbanisme s'est vu grandement subordonné à cet objectif*, ce qui est lourd de conséquences[67].

Certes, les idées qui inspiraient le modèle barcelonais existent toujours, mais elles ne se concrétisent plus que dans la réalisation ou la rénovation de quelques interventions dont le rôle est devenu très secondaire, sinon marginal, presque comme des ancillaires d'une autre politique, voire comme des résistances d'un modèle révolu de vision unitaire de la ville. Ce qui prime aujourd'hui, ce sont les opérations majeures qui laissent le champ libre aux promoteurs du secteur privé. La Barcelone post-olympique cherche à rentabiliser les investissements considérables qui ont été programmés, y compris dans l'extension de l'espace public.

Prétendant au rôle de place internationale, Barcelone n'a eu de cesse de faire écho aux modes en matière d'image urbaine. Se voulant « globale », Barcelone est entrée dans un système concurrentiel où un de ses meilleurs atouts est l'image. Mais elle s'est aussi engouffrée dans un partenariat avec le secteur privé où celui-ci impose ses propres règles internationales. L'effet urbanistique de ceci saute aux yeux dans le nord-est de la ville, avec les opérations du type « 22@ » ou « Diagonal Mar » où triomphe un urbanisme frontal, générant une ségrégation sociale aiguë et un paysage de centres commerciaux géants. L'événement « Forum mondial des cultures - 2004 », qui se voulait un substitut – en termes d'image et de mobilisation socio-économique – aux regrettés Jeux Olympiques, devait confirmer le bien-fondé de cette politique urbanistique. Nous y reviendrons. En attendant, il importe de plonger un peu dans la nature de l'image recherchée par la scénographie employée.

L'aménagement urbain récent de Barcelone fait en effet penser à une mise en scène où un décor est planté pour imposer une certaine image de la ville. Or, comme toute mise en scène cherche à traduire un récit, préexistant ou fabriqué de toute pièce, quel est donc le récit rendu possible par l'image projetée par la ville ?

[67] PLA ESTRATEGIC DE TURISME DE BARCELONA, op. cit.

2.1.3. Le récit et les acteurs de la réduction narrative

L'image que cherche à projeter Turisme de Barcelona constitue aujourd'hui une entrée incontournable pour comprendre le processus de réduction narrative dans lequel la ville est entrée. En effet, les récits qui la sous-tendent, et qui orientent l'appréhension de la ville par les touristes, sont diffusés et démultipliés par tous les relais publics et privés de cet organisme d'élaboration et de coordination des politiques touristiques. Comme nous allons le voir, il n'est pas jusqu'aux guides touristiques qui n'échappent à cette présentation de la ville.

Turisme de Barcelona cherche à imposer, sans ambiguïté, l'image d'une ville dynamique à tous points de vue. Au-delà des poncifs habituels sur son site et sa situation privilégiés, le thème dominant est celui d'une « *ville moderne et cosmopolite, riche de longs siècles d'histoire* »[68]. Il s'appuie sur le motif de « *l'ouverture* » : ouverture sur la Méditerranée, sur l'Europe, sur l'international, autant en termes de création culturelle que d'activité économique, surtout commerciale. D'ailleurs, Barcelone se signale par « *le caractère ouvert de ses habitants* ». C'est ainsi une ville « *pleine de charme* » où il fait bon se promener … et faire des achats. Si la présentation se décline selon les rubriques habituelles (hébergement, restauration, sorties, lieux à visiter, etc.), il est intéressant de noter combien ils sont historiquement cadrés par « *deux époques de splendeur* » : l'époque « *gothique* » et celle du « *modernisme* ». Elles ont toutes deux laissé une empreinte remarquable dans la morphologie de la ville et de ses espaces publics. C'est dans la reprise de leur élan créatif et international que visiblement la Barcelone actuelle veut se positionner : elle applique la même rhétorique au paysage urbain qu'elle construit actuellement. Arrêtons-nous donc sur le récit de cette splendeur résurgente.

Ville ancienne, et notamment romaine, Barcelone a connu de multiples vicissitudes, dont la domination musulmane et la reconquête caroligienne, avant de devenir la résidence habituelle des rois d'Aragon. C'est alors « *une époque dorée* », « *florissante* », pendant laquelle, du XIIIe au XVe siècle, la ville va rayonner politiquement et commercialement dans tout le bassin méditerranéen. Cette splendeur est « *parfaitement reflétée dans le Quartier gothique* », où le visiteur peut admirer le riche patrimoine architectural et artistique (et en même temps ce qui reste de l'époque romaine). Le récit évoque ensuite une longue période de

---

PLA ESTRATEGIC DE TURISME DE BARCELONA, op. cit.

déclin pendant laquelle la Catalogne et Barcelone ont lutté pour conserver, en vain, leur autonomie politique, culturelle et économique.

Ayant presque tout perdu, Barcelone connaît ensuite une « *renaissance* » au courant du XIXe siècle : renaissance culturelle (par la revalorisation littéraire du catalan) mais aussi économique (grâce à la révolution industrielle). C'est alors, surtout à la fin du XIXe et au début du XXe siècle, que se déploie l'autre époque de splendeur, celle du « *modernisme* ». Là encore, le patrimoine architectural et urbanistique en porte la marque éclatante : autour du Passeig de Gràcia, une partie de l'Eixample (« l'agrandissement ») concentre une richesse patrimoniale telle qu'elle en fait un des espaces urbains les plus « *extraordinaires dans le contexte européen et mondial* ».

Dans le récit, vient ensuite la longue nuit franquiste… Quant à la période actuelle, elle semble vouloir faire écho aux splendeurs passées. Ce qui est intéressant, c'est que là encore l'urbanisme est jugé central, car il s'est effectué, depuis la restauration de la démocratie, « *selon un processus méticuleux et progressif* ». L'urbanisme a su intégrer et utiliser les Jeux olympiques pour accélérer la restructuration de la ville, pour se donner en exemple (le *« modèle barcelonais* ») et ainsi « *situer Barcelone sur la carte du monde* ». Avec l'organisation du « Forum des cultures - 2004 », l'urbanisme a permis de transformer radicalement les quartiers nord-est et d'aborder le XXIe siècle avec toute l'énergie culturelle et économique que possède Barcelone.

Ainsi rapidement résumé, le récit dont Barcelone est le héros met en valeur deux grands moments (trois avec la période qui s'ouvre aujourd'hui) : l'époque médiévale et le modernisme. Tous les autres aspects de la ville sont subordonnés à cette trame narrative fondamentale, soit raccrochés à elle, soit, de fait, minorés dans leur portée. Ces deux grands moments sont ceux où, face à l'adversité qui l'a accablée, la personnalité de la ville a pu se déployer pour accomplir son destin de ville en dialogue avec le monde, pour révéler son véritable caractère de ville-monde. On remarquera qu'une des principales manifestations, sinon un des principaux moyens, de ce récit héroïque relève de préoccupations urbanistiques : autrefois comme aujourd'hui, image et récit, tourisme et urbanisme sont explicitement et intimement associés.

Cette trame narrative promue par Turisme de Barcelona s'est avérée efficace. Elle structure les multiples brochures produites par les acteurs du tourisme, mais

elle s'est imposée à bien des égards dans les présentations faites par les guides touristiques.

On en prend bien la mesure quand on consulte un guide qui préexiste à cet organisme. C'est ainsi que le *Guide Bleu Espagne* de 1987, s'il mentionne la période faste du XIIIe-XVe siècle, l'inscrit dans une plus grande continuité : ce n'est qu'un moment, certes remarquable, d'aptitude de Barcelone à accomplir sa vocation maritime (commerciale et bancaire). Et si la fin du XIXe siècle se remarque aussi de ce point de vue, il signale la récupération qui semble définitive de son rôle de grande place commerciale. Le récit est donc plus lissé que celui de Turisme de Barcelona. Par exemple, la période de déclin économique et culturel du XVIe-XVIIIe siècle est présentée sous l'angle de l'affirmation du nationalisme catalan dont la continuité jusqu'à aujourd'hui est soulignée. De même, la mention du modernisme est subsumée sous la présentation d'un « *nouvel essor économique* » au XIXe siècle. Surtout, la présentation des lieux à visiter s'organise indépendamment d'une trame narrative qui serait focalisée sur les grands moments retenus par Turisme de Barcelona. Ainsi le touriste est-il invité à visiter le quartier gothique, les Rambles, le port, la Barceloneta, Montjuic, le Tibidabo, Pedralbes, l'Eixample, ainsi que des sites plus périphériques. Le modernisme, par exemple, n'est évoqué qu'au fil de certaines descriptions, jamais comme une entrée privilégiée ni comme un produit d'appel. On sent plus, dans cet ouvrage, une invitation à visiter Barcelone pour la diversité de ses éléments patrimoniaux et pour l'ambiance qu'elle peut procurer à celui qui y flâne.

En revanche, si l'on consulte l'édition 2002 (*Espagne-Centre et nord*) des Guides Bleus, on peut constater une nette évolution de la présentation en direction des thèmes privilégiés par Turisme de Barcelona. L'introduction même du récit est tout à la gloire d'une ville au dynamisme économique et culturel exceptionnel. Elle commence ainsi : « *Audacieuse et exubérante, passionnée et fiévreuse, la capitale catalane laisse le sentiment d'une ville en éternel mouvement, cosmopolite et foncièrement européenne, espagnole malgré elle et méditerranéenne avant tout* ». En quelques lignes se télescopent ensuite des termes ou noms clés, tels que « *moderniste* », Gaudi, Miro, Tàpies, et « *les Jeux olympiques de 1992 qui lui ont donné une superbe impulsion* ». Pour finir cette brève introduction ainsi : *« Autant de signes de l'engagement durable de cette cité dans la modernité et de la détermination des Barcelonais, capables de tout entreprendre* ». Turisme de Barcelona n'aurait pas pu faire mieux pour affirmer et promouvoir l'image de la ville !

En revanche, le récit historique est moins caricatural que celui produit par cet organisme, car il s'enrichit – par rapport à l'édition de 1987 – d'une présentation un peu plus détaillée et rénovée des thèmes évoqués (comme dans son évocation du modernisme, faite à l'intérieur d'un paragraphe intitulé « Attentats anarchistes et modernisme »). Toutefois, et toujours par rapport à la version antérieure des Guides Bleus mentionnée ci-dessus, il intègre, dans le même esprit que celui promu par Turisme de Barcelona, des références plus nombreuses à la dimension morphologique de la ville à chaque étape de son histoire. Il introduit aussi, dans sa liste des lieux à visiter, toute une nouvelle partie sur « La route du modernisme », complété par un encadré de deux pages sur « La conquête du modernisme » (où toutefois l'accent est mis sur l'urbanisme de Cerdà et sur Gaudi). Or cette « route du modernisme » est bien un des produits phares de Turisme de Barcelona.

La marque de cet organisme est encore plus manifeste dans d'autres guides. C'est déjà le cas du Guide Vert *Barcelone et Catalogne* (2003), pourtant lui aussi porteur d'un certain classicisme. Son introduction est enthousiaste, quoique un peu moins dithyrambique, mais reprenant les mêmes thèmes : Barcelone est « *une des villes les plus attrayantes et les plus cosmopolites de l'Etat espagnol. (…) Rares sont les villes pouvant offrir une symbiose aussi parfaite entre tradition et modernité, art et histoire, ou culture et vie* ». Le récit historique privilégie, après un bref rappel des « *origines* », « *l'époque des comtes* » (c'est-à-dire médiévale), suivie de la période de décadence déjà mentionnée, avec le rebond de la Barcelone industrielle qui mène jusqu'à la ville actuelle. Mais plus intéressant, le Guide accorde une place privilégiée, dans son récit, au modernisme. Il l'explique en détail dans sa rubrique « *comprendre* », pour le reprendre longuement, et à l'exclusion de tout autre, dans sa rubrique « *découvrir* », tout en recommandant le produit « *Ruta del modernismo* ». C'est bien la clé – avec quelques autres thèmes secondaires, dont principalement le médiéval – de l'image nouvelle de la Barcelone touristique.

De fait, le modernisme est devenu le thème incontournable dans les divers guides parus dernièrement. Et il est de plus en plus ramené à la personnalité de Gaudi dont les œuvres sont bien mises en exergue (La Pedrera, Parc Güell, Sagrada familia etc.). Si le quartier gothique et d'autres lieux trouvent aussi leur place, quoique secondairement, il n'en va pas de même de la Barcelone d'avenir qui cherche à s'afficher par ses nouvelles réalisations des quartiers nord-est. L'axe Diagonal-Mar reste même absent des guides Vert et Bleu ci-dessus mentionnés. Malgré leur promotion par Turisme de Barcelona, ils semblent n'avoir pas encore convaincu. Leur réalisation, il est vrai, s'étale sur plusieurs années et n'est pas

encore tout à fait achevée ; mais on sent que cet ensemble de produits urbanistiques a du mal à capter l'intérêt des auteurs des guides. Seule la partie déjà terminée à l'occasion des J.O., qui est aussi bien articulée au centre, c'est-à-dire la Vila Olimpica et ses abords, est évoqué comme symbole du dynamisme de Barcelone, mais de façon essentiellement anecdotique, plus pour l'ouverture sur les nouvelles plages et les nouveaux bars. Et si le Guide Vert mentionne ce secteur rapidement, le Guide Bleu n'y fait même pas mention. D'autres guides le mentionnent sur le même registre, celui des activités nocturnes. Comme l'écrit le *Guide du Routard - Barcelone*, « on n'est forcé d'aimer, mais on peut y aller rien que pour le spectacle » (bars et boîtes de nuit).

Il existe une abondante production de guides touristiques, dont la facture est souvent bâclée et qui se contentent de reprendre ce qui a déjà été écrit et ce que Turisme de Barcelona propose. On retiendra toutefois quelques observations supplémentaires tirées de deux autres guides, relativement particuliers mais qui permettent d'élargir l'éventail des points de vue analysés. Ce sont des ouvrages « d'auteur », en ce sens que texte principal est signé d'une seule personne et qu'ils traduisent ainsi une relative cohérence dans leur vison d'ensemble de la ville.

Le premier est le *Barcelona* de Lonely Planet, guide par excellence du tourisme à mentalité « mondialisée » (sinon joyeusement « mondialiste »). Barcelone y apparaît effectivement comme une intéressante station de la scène mondiale, qui mérite indubitablement une visite de quelque temps. Le ton est souvent élogieux mais pas inconditionnellement admiratif : si l'auteur la juge comme « *une des villes les plus passionnantes à visiter sur la côte occidentale de la Méditerranée* », il se réfugie immédiatement après derrière le fait que c'est une ville qui « *fait assidûment sa propre promotion comme une métropole européenne, un lien entre la péninsule sud-pyrénéenne et le coeur de l'Europe occidentale* ». Cette prise de distance face au discours officiel est caractéristique : au pire, au cours des temps, elle a été une ville provinciale et bourgeoise pleine d'autosatisfaction et de suffisance (« *a parochial and smuggly self-satisfied bourgeois town* ») : mais il vrai qu'elle a révélé un grand appétit pour la vie, du génie artistique et un style avec lesquels peu d'autres villes peuvent rivaliser. Remis à « leur juste place », les atouts de Barcelone qui sont mentionnés sont à peu près les mêmes que dans les autres guides, avec les mêmes points d'appel (comme le modernisme). Le même scepticisme préside quant aux début urbanistiques de la Barcelone du futur (l'architecture face au port olympique est déjà jugée « *sans caractère* »). Quant au projet du « World Cultural Forum 2004 », il apparaissait comme un festival de

culture international et mal défini (« *a somewhat ill-defined international culture fest* »). Comme quoi l'urbanisme et Turisme de Barcelona ont encore du travail pour convaincre les « anglobaux » de l'avant-gardisme de leur cité ! En revanche, ceux-ci en apprécieront sans réserve les opportunités de divertissement et les qualités gastronomiques, car Barcelone n'a pas à voir seulement avec des monuments et des peintures : elle offre « *toutes sortes de divertissements, à commencer pour le palais* ». Et comme dans certains autres guides, les pages ne manquent pas sur les bars, clubs et restaurants…

Le deuxième ouvrage qui apporte un éclairage intéressant sur l'image recherchée par Turisme de Barcelona est le guide Autrement. Publié d'abord en français (2003), il a l'originalité d'avoir été écrit par un Catalan : c'est l'autochtone qui met en scène sa métropole pour le touriste étranger, français en l'occurrence. Ouvrage riche de la sensibilité culturelle et de la connaissance approfondie de l'auteur à propos des lieux évoqués, ce guide n'en fait pas moins écho à l'image dont la promotion est dominante. Il est certes nuancé et utilise l'ironie, voire l'autocritique modérée du citoyen qui sait qu'il sera lu aussi par ses compatriotes, et ce, avec un sens certain de la formule. Par exemple, le lecteur apprend très vite qu'il s'agit d'une « *capitale frustrée de ne pas l'être* » ou encore que « *cette capitale autoproclamée semble commandée par des promoteurs bien mis et des hôteliers aristocratiques que soutiennent des banques radieuses, celles-ci à la tête de légions d'architectes, de designers et de publicitaires plus inventifs, mais aussi plus réalistes les uns que les autres, tant la bourgeoisie barcelonaise ne plaisante pas avec les investissements* ». Mais la volonté de situer Barcelone dans la ligue des villes-monde n'a de cesse d'affleurer. Cela va des références positives au monde anglo-saxon, comme avec la désignation d'un secteur, pourtant bien typique, comme le « Soho » barcelonais, à son inévitable pendant – autre fixation anglo-saxonne reprise avec un goût de revanche – « *un effondrement* » de la langue française, « *qui aura pris moins de vingt ans* » et qui est présenté comme dans la nature des choses et non comme une politique délibérée (le constat que « *le français est absent de la grande majorité des lieux culturels* » est « *à l'image de la régression du français dans le monde* »). En revanche, la volonté de valoriser la Barcelone du XXIe siècle par les transformations urbanistiques récentes a du mal à trouver les phrases qui peuvent transmettre de l'enthousiasme, et l'auteur ne peut s'empêcher de trahir le scepticisme que ces travaux ont pu générer : « *Il en surgit un territoire plus Jacques Tati qu'Antoni Gaudi, lise, lissé, lyophilisé, transparent à la lumière et largement ouvert sur le ciel comme sur la mer. Le « Neuilly nouveau »*

est-il arrivé en Catalogne ? Fausse modernité pour classes friquées ou surendettées ? »

On touche là aux limites de l'adéquation tentée entre l'image valorisée pour et par le tourisme et les réalisations urbanistiques. N'est-ce pas le miroir grossissant des défauts d'une politique qui prône une image dont le support narratif a subi une réduction, une simplification aussi considérable ?

2.1.4. Les effets pervers du processus de réduction narrative

Quelques enseignements très clairs se dégagent, en résumé, des observations précédentes sur la politique touristique suivie à Barcelone depuis une douzaine d'années :

- la politique touristique a acquis une efficacité remarquable grâce à l'action d'un organisme de coordination associant le secteur privé et le secteur public ;
- cette coordination repose sur un consensus social largement partagé, du moins initialement ;
- cette politique veille à articuler l'image touristique avec l'aménagement urbain, la morphologie de l'espace devant faire écho aux grands thèmes structurants du récit de la ville et inversement : « *la revaloritzacío de la ciutat i de l'espai públic com a seguretat i ciutadania* »[69]
- ce récit est très simplifié, réduisant une histoire complexe à quelques moments servant de points d'appel touristiques sur quelques éléments de la ville.

Cette relative hégémonie d'une image particulière et réductrice, si elle permet de promouvoir efficacement certains éléments du paysage urbain pour un tourisme de masse, génère aussi des externalités négatives dont l'intensité conduit à réévaluer la politique qui la sous-tend. Plusieurs observations vont effectivement dans ce sens et se manifestent dans ou à propos de l'espace public.

---

[69] BORJA Jordi, op. cit., p. 100.

Signe d'un conflit latent, on observe des *stratégies d'évitement* de la part des habitants. Elles sont la plupart du temps inconsciemment adoptées, car c'est seulement en faisant réfléchir les personnes enquêtées sur leur propres pratiques qu'elles s'en rendent compte. Il s'agit de choix de parcours qui permettent d'éviter la trop grande densité de touristes ou bien le paysage commercial qu'il génère. Deux exemples suffiront à illustrer ce phénomène. L'un concerne les fameuses ramblas du centre-ville, c'est-à-dire un des espaces publics les plus emblématiques de Barcelone. Le flot des touristes est tel que l'habitant a perdu l'habitude de s'y promener, sauf les samedi et dimanche où il semble reprendre quelque peu possession de cet espace ; le reste du temps, pour se déplacer, l'habitant utilise d'autres voies plus ou moins parallèles. L'autre exemple est celui de la rue Ferran, connue depuis longtemps comme axe commercial de qualité. Or, la multiplication des commerces et services visant le tourisme de masse (« fast food », magasins de vêtements, souvenirs et autres articles bas de gamme) ont fait tellement chuter l'esthétique de la rue que l'habitant se surprend à ne plus l'employer depuis un certain temps, préférant emprunter plutôt les ruelles qui la longent. Ce phénomène de dégradation visuelle et d'évitement se généralise, surtout dans la partie centrale où les peintures et les néons aux couleurs criardes ont dégradé visuellement des espaces publics qui faisaient pourtant l'ambiance attrayante du quartier gothique.

Le fait que l'on commence à dénoncer la laideur et le ridicule des objets vendus en souvenir aux touristes indique le début d'une certaine prise de conscience de *l'image bas de gamme* qui est ainsi donnée de la ville. La presse se fait écho de ce que les ramblas deviennent « *le pire magasin du monde* » (*El Periódico*, 25/2/05), n'offrant que des souvenirs bon marché et de mauvais goût (du « mannequin-pisse » en habit catalan au « sombrero mexicain ») dans des magasins tenus par des asiatiques, alors que l'article de souvenir constitue un élément fondamental de l'image de la ville. Les frémissements d'une prise de conscience de la *trop grande densité touristique* commencent aussi à se manifester : ils partent de la constatation de *la gêne qu'elle procure aux habitants* en termes de *bruit*, de *coûts de nettoyage* et *d'embouteillages* (par exemple la noria des cars qui s'arrêtent Passeig de Sant Joan). Ces conflits demeurent pour la plupart encore latents, voire larvés. En revanche, ils commencent à prendre une tournure plus explicite à propos de l'image de Barcelone et de la conception de l'urbanisme qu'elle induit. Et même s'ils sont encore le fait d'une minorité intellectuelle, l'écho remarquable des questions urbanistiques au sein de la population barcelonaise risque de donner de l'ampleur aux enjeux ainsi soulevés.

Ces enjeux peuvent d'abord se décliner sous le thème de la « disneylandisation ». En effet, on entend de plus en plus dénoncer une politique qui fait de certaines parties de Barcelone un parc d'attraction ou parc à thème (« *un parque temático* »). Et des voix se font entendre pour s'interroger sur l'intérêt de mobiliser tant de professionnels de la culture et du patrimoine pour endiguer des flots de touristes peu intéressés par l'acquisition d'un nouveau bagage culturel ou artistique ou par son approfondissement. *On sait combien ce phénomène de concentration a consisté à sacrifier des quartiers d'autres villes dans le monde : était-ce bien nécessaire que Barcelone suive la même voie ?* Son offre patrimoniale se trouve précisément là où battait le cœur de la ville, là où l'ambiance seule suffisait à faire son charme. Or cette ambiance reposait sur l'usage de l'espace par ses habitants, qui maintenant le désertent.

C'est la deuxième façon de décliner les enjeux actuels et futurs liés au tourisme de masse, lui-même attiré par ce discours réducteur : *la ségrégation*. Elle concerne d'abord les touristes qui se retrouvent complètement à part. La question communément entendue parmi eux est « *où sont les habitants ?* ». Il existe certes les stratégies d'évitement utilisées par ces habitants, mais tout semble fait pour maximiser des flux touristiques dans ce grand parc à thème qui n'a bien sûr que faire de s'embarrasser de gérer des relations avec la population résidente. Pour ce, l'espace doit être le plus « transparent » possible pour l'usager touriste, présenter le moins d'épaisseur possible. C'est particulièrement visible dans la signalétique nouvelle qui envahit l'espace public, où l'anglais semble jugé le moyen d'atteindre le plus grand nombre. Ainsi, de plus en plus d'annonces ou de menus sont affichés exclusivement en anglais. Surtout, c'est devenu une politique volontariste dans les organismes publics ou parapublics. Le Centre de Culture Contemporaine de Barcelone, par exemple, publie ses catalogues en catalan et … en anglais seulement. Les affiches multilingues disparaissent progressivement. Cela va jusqu'aux services du métro qui ont pris soin de supprimer le traditionnel affichage en catalan, espagnol, français et anglais pour le remplacer par le « plus international » affichage qui exclut le français… Dans ce contexte où, bien souvent, l'employé d'un musée, d'un restaurant ou d'un café s'adresse directement au touriste en anglais de préférence au catalan ou même à l'espagnol, l'interaction culturelle entre la culture locale et celle du visiteur semble le dernier des soucis. *L'invitation au dialogue n'est pas au rendez-vous. La ségrégation est clairement*

signifiée. Et il est intéressant de voir combien celle-ci rebondit encore à propos de l'enjeu urbanistique.

La stratégie de promouvoir une image simplifiée de la ville a conduit à privilégier le produit touristique constitué par quelques lieux précis, et sur-fréquentés. Cette spécialisation fonctionnelle par secteurs trouve son pendant dans l'approche partenariale public-privé des grands projets d'urbanisme, comme ceux du nord-est de la ville. Notamment par leur forte composante privée, les considérables investissements qui y ont été faits reposent sur l'attraction de populations aisées et l'exclusion des plus modestes. De *nombreux conflits urbains* ont actuellement lieu dans les secteurs dont la population est activement chassée (notamment à Poble Nou, dans le nord-est, en raison du plan 22@). Et un des grands inspirateurs du modèle barcelonais, Manuel de Solà Morales, de désigner la ségrégation comme le plus grand danger pour la ville.

De plus, l'apparente frénésie pour donner une image de ville-monde conduit, en dépit de quelques immeubles originaux, à produire des imitations de paysages que l'on trouve ailleurs. On comprend la difficulté des guides à orienter les touristes vers ces zones « sans caractère ». C'est là où le récit entre en dissonance vis-à-vis de la réalité des formes urbaines. D'ailleurs, le chef d'orchestre, sinon le père, du modèle barcelonais lors de la démocratisation, Oriol Bohigas n'a maintenant de cesse de dénoncer la logique externe (financière et internationale) de construction de ces secteurs ségrégués dans la ville ainsi que leur affligeante banalité architecturale, et ce notamment à propos du centre commercial de Diagonal Mar.

C'est un peu comme si la politique touristique avait encouragé un urbanisme dont la fonction de mise en scène avait été tout aussi appauvrie que l'image et son récit. L'écrivain Manuel Vasquez Montalban ne manque pas de souligner cette frénésie d'adapter la morphologie de la ville à l'image voulue par la politique touristique : « *tout indique que la Barcelone qui se détruit et se construit est guidée par le désir inavoué d'éliminer presque entièrement ce qui avait fait d'elle une ville ouvrière et littéraire. La reconstruction provoquée par la Cité olympique a enseveli à jamais pratiquement tout l'imaginaire de la zone industrielle de Pueblo Nuevo (...) ». Toujours selon lui, « la culture de l'emballage et du simulacre domine la réinauguration d'une ville qui s'ouvre à la mer et aux exterminateurs de toutes ses bactéries (...), une « ville de yuppies, partagée entre penseurs organiques du néant et du pas-grand-chose, peuplée d'employés en transit et de fast-food opulents* ».

On pourrait dire que la mise en scène est fort accomplie, mais que la scène est vide du point de vue de son urbanité. L'espace public est aménagé pour satisfaire une certaine image touristique, et non pour le citoyen. Est-ce source de conflits à venir ? Très probablement, et d'aucuns y voient même une opportunité pour motiver une revendication de citoyenneté, comme l'exprime Jordi Borja : « A Barcelone la dynamique qui peut nous conduire à devenir un parc à thème mondialisé est forte, quoique les résistances des citadins soient aussi capables de renouveler l'urbanisme citoyen ».

La crise du modèle urbanistique barcelonais considérée à l'aune de la politique touristique peut conduire à reconsidérer la façon dont on formule des récits à la croisée de l'urbanisme et de l'image. Le cas bordelais, bien différent à plus d'un titre, permet de conforter l'analyse, d'y réfléchir et d'anticiper les modalités de cet enjeu.

2.2. Le Bordeaux nouveau : une mise en scène sans récits

On a vu dans le chapitre premier l'importance des mutations urbanistiques récentes qui ont affecté les espaces publics de Bordeaux et de son agglomération depuis une dizaine d'années. Leur intérêt réside principalement dans le fait qu'elles s'inscrivent dans une forte politique de changement d'image sans pour autant donner la préséance au tourisme. En cela, le cas bordelais se démarque de celui de la Barcelone récente et permet ainsi de mieux évaluer le rapport entre espace public, image et tourisme.

2.2.1. La stratégie touristique de Bordeaux : une politique réduite à l'image ?

La politique touristique de Bordeaux demeure peu développée, même si le tourisme constitue un appoint apprécié des activités de la ville. Sa configuration est relativement classique : les flux ne sont pas considérables et le tourisme d'affaire demeure plus important que celui motivé par les seuls loisirs. Il est toutefois intéressant de noter que l'urbanisme bordelais fait écho à certains aspects du modèle barcelonais initial. Surtout, c'est la volonté de lier étroitement politique d'image (« communication ») et urbanisme qui invite à revenir sur le cas de Bordeaux.

Les considérables travaux d'aménagement qui ont affecté Bordeaux dernièrement, et qui se poursuivent, s'inscrivent dans une volonté déterminée de la municipalité de changer d'image. La mise en scène de la ville doit servir sa « communication » comme ville attrayante pour le développement d'activités nouvelles. Quoique intégrés dans un vaste projet de ville, les divers aménagements se sont déployés de manière différente, selon des projets d'échelles et d'ambitions différentes, mobilisant une vaste gamme d'acteurs. Menés de concert avec une refonte du système des transports et de la circulation, ces aménagements ont été l'occasion de profondément transformer l'espace public.

Comme en ce qui concerne la dimension morphologique du « modèle barcelonais », les aménagements bordelais se caractérisent par le soin avec lequel ils ont été faits : le souci du détail, si petit soit-il, est souvent remarquable. On est

frappé par la qualité du choix des couleurs et des matériaux, l'ordonnancement des textures et des choses, la conception des modénatures, les parti pris végétaux, les contrastes d'ombre et de lumière, etc. On est frappé aussi par le fait que cette qualité peut s'exprimer à propos d'aménagements de taille réduite, aménagements qui demeurent discrets. Ceux-ci, s'ils concourent au changement d'image de la ville, correspondent bien à un urbanisme qui place le citoyen – usager, notamment l'habitant du quartier (mais pas exclusivement), au centre de ses préoccupations. La place Camille Jullian en est peut-être l'exemple le plus accompli, quoique non inscrite dans la plupart des dépliants touristiques : lieu de rencontre convivial, lieu de vie, lieu d'ouverture culturelle, il rappelle les meilleures réalisations de la Barcelone du temps d'Oriol Bohigas.

D'autres aménagements de l'espace public se déploient sur de plus grandes surfaces, combinant habilement une multitude de fonctions et d'objectifs. A cette échelle, c'est certainement la place Pey-Berland qui représente la réalisation la plus accomplie. Et ce, d'autant plus qu'elle doit aussi répondre aux impératifs du tourisme, ne serait-ce que par la présence de la Cathédrale Saint-André et de la Tour Pey-Berland, éléments remarquables du patrimoine médiéval. Dispositif spatial complexe, la place rénovée s'efforce, grâce à une scénographie reposant sur un habile jeu de contrastes de formes, de luminosité et de sous-espaces, d'articuler ce patrimoine à valeur touristique, mais aussi toujours religieuse et culturelle, à de multiples autres usages (mise en contact de quartiers différents, passage pour les piétons et le tramway, accès à des services administratifs, culturels ou commerciaux, détente et distraction pour tous âges, etc.).

On ne peut aussi éviter de citer l'aménagement des quais de la Garonne, qui se déploie sur une étendue plus vaste encore, en fait à une échelle qui rappelle les grands projets de rénovation ou réhabilitation qui se répandent de par le monde depuis plusieurs décennies, à Barcelone ou ailleurs, le plus souvent sur front de mer ou de fleuve. Quoique encore en cours de réalisation, les projets, autant sur la rive gauche que sur la rive droite, obéissent aux mêmes exigences de soin et de détail dans la conception que les autres aménagements d'espaces publics bordelais cités précédemment. (...)

Mais au fond, à quel réel changement d'image ces aménagements de l'espace public cherchent-ils à concourir ? Quels éléments urbains mobilisent-ils pour produire cette nouvelle image ? Repose-t-elle sur un récit qui puisse satisfaire à la fois l'habitant et le touriste ?

Afin de donner une image nouvelle de Bordeaux, c'est absolument sans ambages qu'elle est contrastée avec son état antérieur. Ainsi, l'image qui est projetée de cet état antérieur de la ville est celle de « la belle endormie » (l'allusion au conte de fées sollicitant facilement l'imaginaire). C'est à partir de l'affirmation de la sortie d'un profond sommeil que cherche à s'établir l'image souhaitée du Bordeaux d'avenir dont la compétitivité internationale ne peut être maintenant contestée. La technologie du tramway est constamment mise de l'avant, visuellement présente sur la plupart des vues de la ville. Mais elle se détache en même temps sur un fond historique prestigieux : le tramway passant devant le Grand Théâtre ou sur le Pont de Pierre… « Classe » et modernité sont conjugués dans l'image de la ville.

Il ne faut pas oublier que l'« endormie » était « belle ». L'image de la ville se construit ainsi sur la récupération d'un patrimoine qui doit la distinguer d'autres métropoles, en prenant bien soin d'en souligner l'éclat. L'image doit faire passer l'idée qu'à Bordeaux la qualité de la vie fait écho à la qualité de la ville, c'est-à-dire à la qualité de la morphologie urbaine. Or cette stratégie de communication s'appuie sur une sélection relativement précise des types d'espaces publics qui font l'objet d'une mise en scène privilégiée.

En fait, *on constate au sein de cette stratégie d'image le même processus de réduction narrative* qu'à Barcelone. Et peut-être même de façon plus accusée. Par le texte et par l'aménagement, Bordeaux se donne à voir sous l'angle de sa propre période de splendeur, le XVIIIe siècle, quand, ouverte au monde grâce à son port et déjà renommée grâce à ses vins, elle s'est parée d'un patrimoine architectural et monumental effectivement remarquable. Le Grand Théâtre et ses abords (le « Triangle »), mais surtout la façade offerte par les bâtiments qui longent les quais, servent à asseoir cet aspect de l'image. Mais cette valorisation se fait au détriment des autres ressources patrimoniales et touristiques de la ville, et ce, d'une double façon.

D'abord, le patrimoine XVIIIe siècle est mis en exergue partout où il est identifiable, gommant quelque peu l'intérêt d'édifices issus d'autres périodes, voire brouillant l'image traditionnelle d'un quartier. La composante médiévale de certains secteurs se trouve souvent marginalisée, ou plutôt confinée à quelques bâtiments. C'est le cas du quartier Saint-Pierre, où certes la place du Parlement constitue un ensemble remarquable du XVIIIe siècle mais où la morphologie environnante traduit un passé plus ancien. Il en va de même dans le secteur de la place Pey-Berland, où la Cathédrale et la Tour font figure d'isolats dans un ensemble

architectural postérieur. Autre exemple, la façade des quais est célébrée comme un remarquable ensemble du XVIIIe alors qu'une bonne partie date du XIXe.

Ensuite, d'autres ressources patrimoniales sont purement et simplement niées, voire détruites. Pourtant, la longue histoire de Bordeaux a laissé d'intéressantes traces dans la morphologie de la ville. Un peu comme à Barcelone, il semble exister une certaine hargne à faire disparaître l'héritage du XIXe siècle et d'une bonne partie du XXe. A deux exceptions près, les hangars et terrasses qui scandaient la rive gauche ont été détruits, car considérés comme des « verrues architecturales » cachant la beauté des façades XVIIIe. A hauteur des Chartrons, la mise en scène des quais, sacrifiant aux goûts contemporains, fait l'économie de la référence au si important commerce des vins piloté depuis ce quartier. Autre exemple, encore plus spectaculaire, l'aménagement de la rive droite (La Bastide) annihile complètement le passé industriel et populaire des quartiers qui s'y sont développés aux XIXe et XXe siècles. Faute d'un héritage jugé prestigieux, c'est-à-dire XVIIIe siècle à Bordeaux, et comme à Barcelone, l'urbanisme moderne se substitue complètement au passé et s'inscrit dans une logique d'exclusion et de ségrégation au profit des classes les plus aisées.

Un récit de ville qui a subi une telle réduction par rapport à la complexité historique et sociale, peut-il satisfaire les habitants, ou les touristes, ou les deux en même temps ?

2.2.2. La scène urbaine : simple décor ou élément d'ambiance ?

En mettant en regard la grande qualité esthétique de la mise en scène des espaces publics bordelais et la faible importance des flux touristiques, il est possible de dégager quelques enseignements quant aux rapports entre l'aménagement, l'habitant et le touriste. En effet, si la scène offerte par les travaux d'urbanisme récents est peu remplie de touristes, il en va souvent de même – toute proportion gardée – en ce qui concerne les pratiques des habitants. Ne sont-ils pas aussi victimes d'une image qui nie autant leur récit de la ville que leur existence même comme citoyens ?

Un premier constat rejoint celui qui a été fait à propos de Barcelone et a trait à la ségrégation. D'un côté, la valorisation, en termes d'image, de certains ensembles patrimoniaux impose une lecture unique et conséquemment une politique

d'aménagement qui exclut toute présence qui ne lui correspond pas. Ainsi, le Triangle, quartier certes déjà huppé, voit l'éventail socio-économique de ses habitants comme de ses commerces se réduire considérablement, de sorte que les rares touristes deviennent les seuls facteurs de diversité. Ceux-ci sont appelés à regarder le patrimoine « XVIIIe » et … eux-mêmes. Presque comme dans un parc à thème… Quant aux secteurs complètement détruits et rénovés, comme sur la rive droite, *la logique de ségrégation sociale* fait qu'ils ne sont même pas encore véritablement intégrés dans l'offre touristique. Comme quoi l'image inscrite dans et par les espaces publics des secteurs rénovés peut aussi exclure le touriste, volontairement ou non. Cela rejoint l'autre aspect de la ségrégation pour la population résidente. *Des pans entiers de la ville et de sa culture sont laissés de côté par la politique touristique, renforçant la pauvreté narrative de l'image communiquée aux touristes.* Pourtant, la population bordelaise ne manque pas de diversité socioculturelle qui s'exprime dans des quartiers ou des lieux dont le particularisme contribue à l'ambiance urbaine (comme traditionnellement les Capucins et sa population d'origine ibérique qui a longtemps contribué à entretenir cette constante culturelle de Bordeaux).

Un deuxième constat que l'on se doit de faire à propos de Bordeaux est que *les touristes*, même si leur faible nombre ne peut constituer en soi une gêne pour les habitants, *suivent des parcours qui diffèrent de ceux-ci*. Certes, ils sont aiguillés vers le patrimoine « XVIIIe siècle » et quelques autres points d'attraction. Mais le constat peut aller plus loin, de façon à dépasser la critique stéréotypée du touriste qui n'échange pas avec l'habitant. En effet, les enquêtes et l'observation des trajectoires des touristes montrent qu'ils recherchent au moins deux choses. La première est le contentement à visiter des sites à haute valeur patrimoniale ; mais la seconde correspond au désir de profiter de l'ambiance que peut offrir l'environnement de ces sites. C'est particulièrement clair dans quelques espaces publics bordelais. Ainsi, place Pey-Berland, les touristes ne semblent venir que pour visiter la cathédrale, mais ils ne nient pas pour autant la qualité de l'espace public qu'ils traversent en le ponctuant de quelques arrêts aléatoires auprès des nombreuses plaques fixées au sol. Pareillement, les habitants, selon qu'ils sont du quartier, de simples passants entre deux moyens de transport, de simples promeneurs ou des enfants s'accordant une récréation, ne font qu'utiliser à un moment donné une des potentialités de cet espace public multifonctionnel. Le touriste s'inscrit alors dans une chorégraphie harmonieuse que seule une scénographie de qualité peut permettre.

Troisième constat, le faible nombre des touristes permet de dégager l'importance de préserver de l'aléatoire, du contingent, dans l'offre des espaces publics. La place Camille Jullian l'illustre parfaitement. On en a déjà signalé l'excellence du point de vue de la qualité morphologique et de la multifonctionnalité. Les enquêtes et observations permettent de les préciser différentes façons dont l'espace est approprié. Les habitants du quartier, qui ont leurs habitudes quotidiennes (promenade, petits achats, jeux), sont satisfaits de l'aménagement qui a préservé, voire facilité, leur vie locale. Les habitants venant de plus loin se rendent sur cette place avec des objectifs plus précis. Appréciant la convivialité de la place, son animation en même temps que son caractère intimiste, son caractère « branché » voire contestataire (de nombreuses pétitions ont l'Utopia pour centre de gravité), ces usagers en font un des points focaux de l'espace public bordelais. On observe aussi la présence occasionnelle de touristes (on se rappellera que cette place n'est pas mentionnée dans les parcours-types recommandés aux touristes). Ils y débouchent donc par hasard, la vivant un peu comme un havre de paix à quelques pas des si encombrées rue Sainte-Catherine et place Saint-Projet. Ceux qui décident de s'arrêter le font pour le plaisir de simplement s'imprégner d'une ambiance locale qui tranche avec les sites réputés touristiques. Le touriste devient alors non seulement bénéficiaire mais aussi partie de l'ambiance. *L'espace public, quand il fonctionne bien, gomme ce qui peut faire conflit tout en renforçant la satisfaction individuelle.*

Quatrième constat, ce n'est pas seulement le touriste qui semble un peu perdu dans l'univers qu'on lui a mis en scène. C'est aussi, à Bordeaux, souvent le cas de l'habitant ! En effet, la rapidité avec laquelle l'espace public a été transformé et surtout avec laquelle une certaine image de la ville a été affichée, fait un peu de l'habitant un touriste dans sa propre ville. Intéressé par les travaux d'urbanisme et souvent flatté par l'ampleur des réalisations, il ne peut s'empêcher de s'interroger sur son propre rapport à son milieu de vie, à son propre passé dans la ville. D'un espace public limité ou sacrifié aux encombrements, il se retrouve dans des voies ou des sites le plus souvent piétonniers et d'une étendue dont il n'avait pas l'expérience. L'observation montre que, même s'il se déclare heureux des modifications, il semble peiner à s'approprier pleinement les espaces ainsi ouverts. L'habitude de longer les bâtiments, là où il y avait des trottoirs protecteurs, se fait toujours sentir, comme s'il ne savait pas encore comment inventer de nouveaux comportements dans ces grandes étendues. Mais surtout, *cette difficulté* – ou

lenteur – *à s'approprier les espaces publics nouvellement aménagés ne tient-elle pas à la nature du récit qui les sous-tend ?*

En effet, la pauvreté narrative derrière l'image qui est projetée par la communication de la ville et par les aménagements qu'elle légitime a déjà été démontrée et soulignée ici. Parce que tourné vers l'extérieur, ce récit simplifié peut difficilement être complètement repris à son compte par l'habitant. Il faudrait d'abord que son expérience de vie ait eu le XVIIIe siècle pour cadre, tant les deux siècles subséquents auraient été insignifiants… *Le récit qui sous-tend l'image promue par la ville est trop réducteur par rapport au vécu de la population résidente*.

Mais, paradoxalement, la situation bordelaise ouvre sur un autre élément de réflexion : l'ampleur et la qualité de l'aménagement des espaces publics sont telles qu'elles dépassent les bornes que l'image officielle peut imposer. En d'autres termes, ces nouveaux espaces publics puisent dans des significations que ne peut contenir cette seule image. Elles la débordent, voire la contournent. C'est certainement le cas de la place Camille Jullian, mais aussi de beaucoup d'autres – quoique de façon pas toujours heureuse – qu'on ne peut inscrire dans la trame narrative promue par la communication de la ville. Comme si l'image que veut projeter la ville n'était pas au point. Comme si elle ne correspondait pas aux récits qui pourraient faire sa force. L'espace public légitimé par le souci de la communication touristique demeure alors une scène dont la vacuité n'a d'égale que celle du récit sur lequel il repose.

3. Epilogue et propositions

Quelle que soit la beauté de la scène aménagée, l'étude des cas barcelonais et bordelais montrent que celle-ci peut demeurer parfois vide, vide de significations et d'expérience humaine. Alors, sa mise en intrigue transforme le cœur de la ville en parc à thème : la muséification, la réification de l'espace public y tuent peu à peu l'ambiance qui avait suffi à faire son charme et qui repose la plupart du temps sur l'usage de l'espace par les habitants.

L'analyse du fonctionnement des espaces publics montre que le danger conflictuel lié au tourisme urbain est pour l'instant limité à ce risque de vacuité et de banalisation. Celle-ci apparaît lorsque les récits exprimés les opérations d'urbanisme sont pauvres de sens, simplifiés à l'extrême et fondés sur la banalité et l'imitation. Les aménagements des espaces publics urbains participent réellement d'un argumentaire associé à l'image de la ville, donc hautement touristique, destiné à capter de nouveaux flux de visiteurs ou, plus simplement, à renouveler l'idée qu'on s'en fait ailleurs, à accroître son rayonnement. Les traitements de la forme de l'espace public urbain, les travaux sur leur composition, leur mise en lumière, leur ambiance sonore transforment ces espaces de rencontre et induisent des conflits, parfois réels mais la plupart du temps latents, entre tourisme et pratique quotidienne des habitants.

Faut-il pour autant traiter le tourisme hors du champ de l'urbanisme contemporain ? On argumente ici le contraire et on formule à cette fin quelques recommandations. Car si les deux villes qui ont fait l'objet de la recherche illustrent assez bien les *limites du tourisme urbain* pour l'habitant, elles montrent également les voies possibles pour une meilleure intégration du fait touristique dans la ville.

1 La préoccupation touristique, par l'intermédiaire de l'aménagement des espaces publics qu'elle suscite, entre de plain-pied dans les débats qui concernent l'image que la ville et ses habitants ont d'eux-mêmes, ou cherchent à donner d'eux-mêmes. *Le tourisme apparaît comme un élément du processus d'appropriation ou de réappropriation de la ville : il faut donc que l'urbanisme en tienne le plus grand compte dans ses projets.* Avec l'enjeu de l'image, *le tourisme* pose la question de l'urbanité comme celle de l'apprentissage du côtoiement avec l'autre. Au fond, *la mise en tourisme est un moyen*, voire un levier, *pour renouveler un aménagement de l'espace public pour tous*.

2 *Cet aspect positif du tourisme ne peut toutefois se déployer que s'il ne repose pas sur une image simplifiée de la ville ou sur des récits monothématiques*. Les producteurs d'espace public cherchent à concevoir des pratiques urbaines et sociales qui s'adressent le plus souvent tant aux habitants qu'aux touristes. Cependant, la réalité des pratiques touristiques observées à Bordeaux et à Barcelone montre que *les organismes locaux de tourisme*, pour leur part, *doivent mieux rendre compte de la complexité de la ville dans les discours de promotion qui subordonnent - parfois sans discernement - l'urbanisme à la promotion touristique.*

3 Pour ce faire, *il convient de chercher à promouvoir et commercialiser une mise en scène des espaces publics touristiques urbains qui, en ne réduisant pas trop les usages à quelques pratiques, génère un discours multiple, varié, riche de sens.* Car à force de répéter des messages simplifiés voire simplistes et des stéréotypes, la narration de la ville finit par contrarier le caractère spontanée de la découverte et à en gommer les richesses et les diversités. La standardisation des discours sur la ville efface les singularités du lieu. Danger qui menace peut être Barcelone, devenue ville mondiale avec enseignes banalisées, soumise au marketing international, qui risque de perdre de son attrait.

4 *La recherche d'un meilleur positionnement en gamme du tourisme urbain passe par une grande ouverture aux usages et à la confrontation sociale*. Elle exige donc *l'arrêt des discours réducteurs* (issus des stratégies de tourisme

de masse) *qui induisent des images bas de gamme* et qui favorisent le mimétisme dans la présentation des formes et des activités de découverte d’une ville à l’autre. On a vu combien la rambla, *constitutive* de l’image de Barcelone tant pour les habitants que pour les visiteurs, repose sur une *forme urbaine* spécifique. Le pire – qui est à venir si on n’y prend garde - serait que toutes les villes imitent la capitale catalane : ce serait créer une grande banalité, gommer l’identité et l’originalité. Ce serait générer des récits porteurs d’images illusoires, commercialiser des images d’Epinal, sortes de « cartes postales » reléguant les liens culturels et sociaux au second plan.

5 *L’effort de différenciation des villes favorisera également la communication, l’échange et la transmission des cultures entre touristes et habitants*. Cette recommandation est fondamentale : déjà, actuellement, le passage, la déambulation s’effectuent sans réelle attention du voyageur aux gens et aux formes urbaines ; les cheminements des traversées de ramblas, de parvis restent très utilitaires ; les parcours sont guidés par les échoppes du « pire magasin du monde » ; les itinéraires sont banalisés et inscrits dans un langage international sans identité.

6 Il faut tout mettre en œuvre pour *éviter les trop grandes densités touristiques* induites par cette réduction aux effets négatifs, pervers, comme ces *stratégies d’évitement ou ces ségrégations nouvelles que l’on voit poindre dans les hauts lieux*. Cette gêne aux habitants se retourne contre la ville et, ce faisant, la cité faillit à ses objectifs de citoyenneté.

7 Le tourisme urbain comme voie possible pour créer et maintenir du liant, pour donner un plus grand caractère aux quartiers implique au contraire de ne pas trop les banaliser par des actions de promotion mais de *mieux communiquer, de s’appuyer sur un processus de qualification des flux de voyageurs* et de *modifier la présentation du patrimoine architectural et culture*l originel dans le sens d’une urbanité partagée, de les présenter en un tout articulé et expressif.

8 *L’aménagement touristique offre une grande richesse de lectures possibles de la ville s’il introduit de la contingence*, des événements fortuits

et imprévisibles, s'il préserve la liberté de construction narrative des habitants : se déplacer devient une invitation à la découverte et à l'inattendu si le touriste et l'habitant trouvent une ville surprenante par les œuvres qu'elle expose et les récits multiples et différents qu'elle leur donne à construire. Plus que l'image issue de mises en scènes banalisées, *la contingence des situations et des découvertes donne l'occasion de faire intervenir l'imaginaire au cœur de l'ordinaire, permet de s'affranchir du quotidien.* Le touriste devient dans cette optique non seulement bénéficiaire de la mise en tourisme des espaces publics urbains mais il fait aussi partie de l'ambiance. *Ce scénario est celui de la ville qui échappe à la muséification*, qui fonctionne bien et contribue à gommer ce qui peut faire conflit entre habitants et touristes, qui renforce les satisfactions individuelles.

9 La stratégie à suivre vise donc à *promouvoir des images complexes de la ville*, à ne jamais privilégier un produit touristique constitué uniquement de quelques lieux précis, à passer de la gestion de sites isolés remarquables à des ouvertures aux touristes d'espaces et d'ambiances variées : petits commerces traditionnels, voies de types divers parfois séparées, parfois associées sur des parcours communs. Un aspect primordial des initiatives de revitalisation des centres-villes touristiques est bien cette intention nouvelle de construire la ville « de l'un et de l'autre » (« *Die Stadt des und* », la ville des nous) et d'échapper à la ville de l'un *ou* de l'autre (« die Stadt des entweder oder »)[70]. *Le récit à promouvoir*, celui qui va sous-tendre l'image touristique de la ville, *doit respecter et traduire l'assemblage des éléments divers qui font le vécu quotidien de la population résidente.*

10 Pour tendre vers cette meilleure intégration de la préoccupation touristique au sein même de la démarche urbanistique, il faut aujourd'hui éviter de réduire la production touristique à des attraits ou des images caricaturales, à des discours simplifiés (voire simplistes) et sans doute pour cela *mieux définir le rôle et les missions des acteurs* dans la genèse des récits et des problèmes actuels. Si l'urbaniste crée les moments de diversion dont la ville a besoin en réintroduisant le passé, les paysages tels qu'ils existaient, les rencontres fortuites et la nouveauté, le *gestionnaire du tourisme doit respecter cette recherche dans son cahier*

---

[70] Beck U, *Die offene Stadt*, München, DAB, 1996.

des charges de communication. Si la mise en scène par le décor est parfois fort accomplie, *l'office ou l'organisme en charge du tourisme doivent se garder de vider la scène du point de vue de son urbanité.* L'espace public vanté pour satisfaire une image touristique simpliste et ne servant plus au citoyen est source de conflits à venir. L'exemple barcelonais et, a contrario, celui de Bordeaux tendent à prouver que c'est parce que *Turisme de Barcelona* et l'agence d'urbanisme de la ville *travaillent ensemble de manière très étroite* depuis au moins deux décennies que la ville a pu développer sa fréquentation touristique et *a réussi jusqu'ici quelques compromis pour éviter les conflits ouverts*. Mais qu'en sera-t-il dans toutes les villes – elles sont nombreuses – où, comme à Bordeaux, les organismes locaux de tourisme et les agences d'urbanisme n'ont pas de liens fonctionnels et de travail permanents et puissants ? Actuellement affichée partout, cette volonté de lier étroitement politique d'image (« communication ») et urbanisme nie le récit réel et complexe de la ville et l'existence même des citoyens. Des pans entiers de villes et de leurs cultures sont laissés de côté par les politiques touristiques, renforçant ces processus de pauvreté narrative dont on a décrit les conséquences conflictuelles à terme.

11 *Affirmer le lien entre agences d'urbanisme et offices de tourisme* est donc nécessaire mais *ne suffira pas*. *Les équipes de conception* des mises en scènes, des mises en récit de la ville *doivent s'ouvrir aux habitants et à leur culture*. C'est en soi une condition nécessaire et urgente pour qu'émerge un tourisme urbain durable.

Les sociétés modernes ont pris lentement conscience que la dépendance d'un territoire, d'une ville vis-à-vis du seul marché touristique, sans politiques publiques locales qui permettraient de le contrôler et de l'encadrer, reproduit sans coup férir les avatars propres à une économie de consommation avec son lot de gaspillages et d'atteintes irréversibles à l'environnement social, culturel et naturel. Ces citoyens souhaitent dorénavant contrôler le développement de leur ville par le biais de politiques publiques participatives. Ce mouvement touche au premier chef la définition des politiques de loisirs : la pratique et l'usage des espaces publics touristiques urbains, revendiqués par les sociétés et également par de plus en plus de touristes, s'insèrent dans l'approfondissement de la démocratie et de ses institutions. Partout en Europe, l'histoire récente des politiques publiques d'aménagement touristique montre que le tourisme doit être soumis à un projet local et maîtrisé dans le temps. Cette condition est la seule qui en rende les

contraintes acceptables, et pas seulement du point de vue environnemental : il doit devenir « durable ».

La prise en compte des processus participatifs dans les opérations d'aménagement et de développement urbains est un enjeu qu'on ne saurait sous-estimer pour le bon fonctionnement touristique de la ville.

Table des matières

INTRODUCTION **5**

1. CONFIGURATIONS SENSIBLES DES ESPACES PUBLICS TOURISTIQUES URBAINS **9**

1.1. L'ESPACE PUBLIC TOURISTIQUE URBAIN 10
1.2. LES MÉTHODES DE LECTURE DES ESPACES PUBLICS TOURISTIQUES URBAINS 13
1.2.1. L'observation *13*
1.2.2. L'évaluation des images mentales *16*
1.3. BARCELONE ET BORDEAUX, VILLES PORTUAIRES EN MOUVEMENT 20
1.3.1. Les espaces publics de Barcelone au rythme de la marche *21*
1.3.1.1. Aux origines de l'espace public touristique barcelonais 21
Cerdà et l'Ensanche de Barcelone 21
Culture, art et promenade au cœur du plan Jaussely 25
1.3.1.2. Morphologies et images : le touriste - piéton à la découverte de Barcelone 26
La rue au cœur de l'attrait touristique : ramblas et passeig 27
1.3.2. Bordeaux, de la voiture au tramway *42*
1.3.2.1. La ville reconstruit son image. 44
Une image traditionnellement contrastée. 44
La place Pey-Berland, synecdoque du Bordeaux des Lumières 50
1.3.2.2. Morphologies et images : déplacements et comportements des touristes autour de Pey-Berland 58
L'observation des usages 61

2. UN PHÉNOMÈNE INQUIÉTANT DE RÉDUCTION NARRATIVE. **64**

2.1. LA STRATÉGIE DANGEREUSE DU TOURISME DE MASSE À BARCELONE 64
2.1.1. Le changement de nature du tourisme barcelonais *65*
2.1.2. L'espace public érigé en fondement de la politique d'image *66*
2.1.3. Le récit et les acteurs de la réduction narrative *68*
2.1.4. Les effets pervers du processus de réduction narrative *74*
2.2. LE BORDEAUX NOUVEAU : UNE MISE EN SCÈNE SANS RÉCITS 79
2.2.1. La stratégie touristique de Bordeaux : une politique réduite à l'image ? *79*
2.2.2. La scène urbaine : simple décor ou élément d'ambiance ? *82*

3. EPILOGUE ET PROPOSITIONS **86**

TABLE DES MATIÈRES **92**

ELÉMENTS BIBLIOGRAPHIQUES **93**

TABLE DES FIGURES **97**

Eléments bibliographiques

A'URBA (novembre 1999), *Aménagement des places Pey-Berland, Rohan et Jean-Moulin.* Concours d'architecture et d'ingénierie, 37 p.

A'URBA, *Aménagement des quais rive gauche de la Garonne.* Concours de maîtrise d'œuvre. Document de programme : prescriptions programmatiques et urbanistiques, 1998.

AMIROU R, *De l'image à l'imaginaire : phénoménologie du sujet touristique*. In SPINDLER Jacques (coordinateur). Le tourisme au XXI è siècle. Paris : L'harmattan, 2003. pp 177-196.

BARCELONA 1979-2004 *: Del desenvolupament a la cuitat de qualitat*, Barcelone, Ajuntament de Barcelona, 1999.

BARCELONA*, La segona renovació*, Barcelone, Ajuntament de Barcelona, 1996.

BASSAND M, COMPAGNON A, JOYE D, STEIN V, *Vivre et créer l'espace public*, Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes., 2001.

BECK U, *Die offene Stadt*, München : DAB, 1996.

BELANTIN F, GALHARET M, GRANLIN N, HARAMBILLET CH, *Les espaces publics touristiques du centre ville de Biarritz,* Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3 : IATU, DESS Aménagement et gestion des stations touristiques, Atelier « Projet de station », 2002.

BELIS BERGOUIGNAN M.C, *Economie du département de la Gironde.* Ed Sud Ouest, 2000..

BERDOULAY V, CASTRO I, DA COSTA GOMEZ C, « L'espace public entre mythe, imaginaire et culture» in Cahiers de Géographie du Québec, volume 45, 2001, pp. 413-428.

BERDOULAY V, DA COSTA GOMES C, LOLIVE J , « L'espace public, ou l'incontournable spatialité de la politique » in *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences*, Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2004, pp. 9-25.

BERDOULAY V et SOUBEYRAN O, *L'écologie urbaine et l'urbanisme aux fondements des enjeux actuels.* Paris : Editions la Découverte et Syros, 2002, p. 151.

BERDOULAY V, CLAVAL P [dir.], *Aux débuts de l'urbanisme français. Regards croisés de scientifiques et de professionnels (fin XIX° - début XX° siècle)*, Paris, Budapest, Turin, L'Harmattan, (Collection Géographie et cultures), 2001.

BERDOULAY V, AUGUSTIN J.P. [dir.], 2000, « Géographies culturelles : créativité et développement », Numéro spécial *Sud-Ouest Européen*, n° 8, 96 p.

BERDOULAY, V, MORALES M, « Espace public et culture : stratégies barcelonaises », *Géographie et cultures*, 29, 1999, p. 25-42.

BERDOULAY V, ENTRIKIN J.N., « Lieu et sujet. Perspectives théoriques», *L'espace géographique*, n° 2, 1998, p. 111-121.

BERDOULAY V, « Le lieu et l'espace public», *Cahiers de Géographie du Québec*, n°114, volume 41, 1997, p. 301-309.

BERDOULAY V, SOUBEYRAN O., *Débat public et développement durable. Expériences nord-américaines*, Paris, Editions Villes et Territoires, 1996.

BERTRAD M-J, LISTOWSKI H, *Les places dans la ville*. Bordas : Paris, 1984, 95 p.

BOHIGAS O, *Reconstrucción de Barcelona*, Madrid : Ministerio de Obras Públicas y Urbansimo, 1985.

BOISSEAU J-P, BRENOT Ph, *La Place Pey Berland*. Bordeaux : Confluences, 1996. 38 p.

BORDEAUX HOTEL MERCURE CENTRE, *Moyenne Province, l'industrie hôtelière française*, Cabinet KPMG fiduciaire de France, 2000.

BORJA J, MUXI Z, *El espacio público : ciudad y ciudadanía.* Barcelone : Electa, 2003, p. 150.

BORJA J, MUXI Z (dir.), *Urbanismo en el siglo XXI*, Barcelone, Ed. UPC &

BUSQUETS, J, *Barcelona. Evolución urbaíistica de una ciudad compacta*, Barcelone, Ed. Mapfre, 1992.

CAHIERS DE L'IAURIF, n° 133/134, 2e et 3e trimestre 2002, *Espaces publics : espaces de vie, espaces de villes.*

CARMONA M., HEATH T, OC T, TIESDELL S, *Public places, urban spaces. The dimensions of urban desig*, Oxford : Architectural Press (Linacre House, Jordan Hill, Oxford OX 2 8 DP), 2003.

CASANELLES J, « Ciudad, territorio, paisaje », in Seminario internacional *La reconversión de los centros turísticos*, Conferencia Master en Planeamiento, Departemento de Arte, Ciudad y territorio, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2004.
CAZES G, « Le renouveau du tourisme urbain. Problématiques de recherche ». in FISCHER André et MALEZIEUX Jacques (sous la direction de), *Industrie et aménagement,* Paris : L'Harmattan, 1999. pp 321-330.
CERDÁ I, *La théorie générale de l'urbanisation.* Paris : Seuil, 1979, p. 24.
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE BORDEAUX, *En Direct de Bordeaux*, Lettre n°29, Février 2004.
CHAUMARD D, « L'espace public, scène et mise en scène », in TOUSSAINT Jean-Yves et ZIMMERMANN M (dir), *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*, Presses Polytechniques et Universitaires romandes : Lausanne, 2001. pp 125-134.
CHOAY F, MERLIN P (dir), Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement. Presses Universitaires de France : Paris, 1996, p 320
CHRISTOPHE P, La place Camille Jullian. Chroniques de lieux qui changent. Mémoire de CEAA, 1997, 64 p.
COLLOQUE DE CERISY (textes réunis par Isaac Joseph), *Prendre place. Espace public et culture dramatique*, Editions recherche / Plan urbain, 1995
CLARIMONT S, « Espace public et contestation : l'exemple du débat autour du Plan hydrologique national espagnol » in *L'espace public à l'épreuve : régressions et émergences* ; sous la dir. de Vincent Berdoulay, Paolo Da Costa Gomez et Jacques Lolive. Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2004, p.61-70
CLARIMONT S, « Aménagement de la ressource en eau et mouvements de contestation dans le bassin de l'Èbre », Revue *Territoires en mutation,* n° 3, 1998, p. 189-201
CLARIMONT S, « De la conquête de l'eau à la question hydraulique ; discours aménagistes et sociétés locales dans le bassin de l'Ebre » dans MARIÉ M. *et alii* [dir], *Cultures, usages et stratégies de l'eau en Méditerranée occidentale*, Paris, L'Harmattan, 1999, p. 299-32
CLARIMONT S, *Les conflits pour l'eau en Europe méditerranéenne : le cas du bassin de l'Ebre (Espagne)*, Thèse Lettres, Université Montpellier II, 1999.
CLARIMONT S, « Le bassin versant, un territoire pour l'action ? Quelques éléments de réflexion à partir de l'étude du cas espagnol », *Montagnes Méditerranéennes*, n°14, 2001, p. 37-41
CLARIMONT S, « Conquête de l'eau, mutations paysagères et recompositions sociales en milieu rural : le cas des Monegros (Espagne) », *Bulletin de l'Association des Géographes Français,* n°1, 2002, p. 78-90
CONSEIL ET ECONOMIQUE ET SOCIAL D'AQUITAINE, Tourisme - environnement, *« Entre maîtrise et marchés : les enjeux du tourisme aquitain »*, Bordeaux, 1999, 235 p.
COPE Richard, BARRIE Neil, *European City Reports*, London : Travel & Tourism Intelligence, 2001, p. 31.
COROMINAS i AYALA M, *Los orígenes del Ensanche de Barcelona.* Barcelona : UPC, 2002, p. 106.
COUSTET R, SABOYA M, *Bordeaux Le Temps de l'histoire Architecture et urbanisme au XIXe siècle (1800-1914)*, Bordeaux, Mollat, 1999, p. 135, 144, 233.
DAMERY C, LABUSSIERE O, MIAUX S, « Barcelone et la mise en scène de ses espaces publics : enjeux urbanistiques et enjeux d'usages saisis par la photographie », *Revue TIGR*, à paraître.
DE MONCAN P, HEURTEUX C (dir.), *Villes Haussmanniennes. Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille*. Les Editions du Mécène : [s.l.], 2003. p 52.
FAYOLLE-LUSSAC B, « La cathédrale dans la cité, histoire d'une mise à l'écart », p. 16-33, in ARAGUAS Philippe, DUPLANTIER Jean-Pierre, FAYOLLE-LUSSAC Bruno et PALARD Jacques. *La Cathédrale inachevée Saint-André de Bordeaux.* Bordeaux : Confluences, 1998.
FRANçOIS B, NEVEU E, *Espaces publics mosaïques. Acteurs, arènes et rhétoriques des débats publics contemporains*, Rennes : Presses universitaires de Rennes, 1999.
GERMAIN A, « La redécouverte de l'espace public : regards d'architectes et de sociologues » in THOMAS F (coord.), *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*. Publications de l'Université de Saint-Etienne : Saint-Etienne, 2002. p 25.
GHORRA-GOBIN C, « Réinvestir la dimension symbolique des espaces publics », in *Réinventer le sens de la ville : les espaces publics à l'heure globale*, Paris : L'Harmattan 2001,.
GOFFMANN E, *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris : Ed. Minuit, 1973.
Guides touristiques sur Barcelone, la Catalogne et l'Espagne.

HABERMAS J, *L'espace public*, Paris : Payot, 1978..
HABERMAS J, *L'espace public. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, Paris : Payot, coll. Critique de la politique, 1993.
INGALLINA P, « *Projet urbain et paysage. Paris : le projet « Bercy » et les « jardins partagés » ou comment conjuguer attractivité et citoyenneté* », in Seminario internacional *La reconversión de los centros turísticos*, Conferencia Master en Planeamiento, Departemento de Arte, Ciudad y territorio, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 2004.
INGALLINA P, *Le projet urbain*, Paris : PUF, col. Que-sais-je ? n° 3585, 2001.
JACOBS J, *Tod und Leben grosser amerikanisher Städte*, Franfurt am Main/Berlin : Ulstein Verlag, 1963.
JAUSSELY L, *Memoria, Proyecto de enlaces de la zona de Ensache de Barcelona y de los pueblos agregados.* Barcelone, 1907, p. 7.
JOSEPH I, « L'espace public comme lieu d'action » in Les Annales de la Recherche Urbaine, n° 57-58, 1999.
JOSEPH I, *Prendre place*, Paris : Editions Recherche-Plan Urbain, 1995.
LABADIE H, *La rue Sainte-Catherine : Espace public et commerces*. Mémoire de DESS Urbanisme Opérationnel « Ville en projet », Bordeaux 3, 2001, 77 p.
LE CORBUSIER, *La Charte d'Athènes*, Paris : Editions de Minuit, 1957..
le dragon Sant Jordi, du sculpteur André Nagel.
LOFLAND L, « *Urbanity, tolerance and public space. The creation of cosmopolitans* », in DEBEN L, Heinemeijer W., Von der Vaart., *Understanding Amsterdam*, Amsterdam : Het Spinhuis, 1993.
LOPEZ PALOMEQUE F, « Turisme urbà i gestió pública : Barcelona com a escenari turístic », dans R. TELLO I ROBIRA (coord.), Espais públics, Barcelone, Pòrtic, 2002, p. 163-185.
LYNCH K, *L'image de la Cité*, Paris : Dunod, 1998, 224 p.
Magazine Le Point, 27/01/05, n°1689, p.53, http://www.lepoint.fr/ societe/document.html
Magazine L'Express du 08/11/2004. http://www.lexpress.fr/voyage/destinations/dossier/speregions/dossier.asp
MIAUX Sylvie, *L'itinéraire, ou l'expérience du piéton dans la perspective de l'aménagement urbain*, Thèse de l'Université de Pau et des pays de l'Adour, UMR SET CNRS n° 5603, décembre 2005, 472 p.
MONTANER, J.M, *Repensar Barcelona*, Barcelone, Ed. UPC & ETSAB, 2003.
PALOMEQUE F.L, « Turisme urbà i gestió pública : barcelona, com a escenari turistic », in TELLO I ROBIRA R, *Espais públics*, bacelona : Pórtic, 2002, p. 163-185
PETITEAU J-Y, « Territoires et itinéraires », *Cahiers du centre de recherches sociologiques,* n°5, février 1987, p. 38.
PETITEAU J-Y, PASQUIER Elisabeth, La méthode des itinéraires : récits et parcours. *L'espace urbain en méthodes,* sous dir. Michèle Grosjean et Jean-Paul Thibaud. Marseille : Parenthèses, 2001, p. 65.
PINON P, *Lire et composer l'espace public*, Paris : Ed. du S.T.U., Ministère de l'Equipement, du Logement, des Transports et de la Mer, 1991.
PLA ESTRATEGIC DE TURISME DE BARCELONA. PLA D'ACCIONS, Barcelone, Ajuntament de Barcelona & Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona, 1993.
PLAN URBAIN, *Espaces publics*, Paris : La Documentation Française, 1998.
REMY J, VOYE L, *Ville, ordre et violence*, Paris : PUF, 1981.
REVUE URBANISME, Hors série n° 22, 2004
REVUE URBANISME, Territoires en quête d'image, hors série 18, décembre 2002.
SCHOONBAERDT S, *Une place pour la cathédrale de Bordeaux. L'isolement de Saint-André (1807-1888).* Institut d'urbanisme de Paris - Université Paris XII - Val-de -Marne LOUEST – UMR 7145 : juin 2004. 12 p.
SENECAL G, « L'espace public au défi de la proximité », In TOMAS François (coordinateur), *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*. Publications de l'Université de Saint-Etienne : Saint-Etienne, 2002. pp 53-69.
SENNETT R, *Les tyrannies de l'intimité*, Paris : Seuil, 1979.
SOKOLOFF B, *Barcelone où comment refaire une ville*. Montréal : Presses universitaires de Montréal, 1999.
THOMAS F, *Espaces publics, architecture et urbanité de part et d'autre de l'Atlantique*, ST Etienne : Presses de l'université de St Etienne, 2002.
TOUSSAINT J-Y, ZIMMERMANN M., *User, observer, programmer et fabriquer l'espace public*, Lausanne : Presses polytechniques et universitaires romandes, 2001..

URBAIN J-D, *Secrets de voyage, Menteurs, imposteurs et autres voyageurs invisibles*, Paris : Payot, Coll. Essais, 1998.
VASQUEZ MONTALBAN, M, Barcelones, Paris, Seuil, 2002.
VIARD J, « Temps libre , loisirs , vacances et art de vivre : le triangle des Bermudes des sociétés modernes » in : VIARD J. (Directeur d'ouvrage), POTIER F. & URBAIN J. D., *La France des temps libres et des vacances*, Paris, L'Aube, 2002, 227 p., p. 5-22
VLES V (dir), *Un projet pour Monségur*, projet pour la commune de Monségur (Gironde) lauréat du concours organisé par la Région Aquitaine dans le cadre du programme régional « bastides », Bordeaux : Commune de Monségur / Université de Bordeaux III/Rébus, 1991, multigraphié.
VLES V, *Le projet de station touristique*, collection Le territoire et ses acteurs, Bordeaux : Presses Universitaires de Bordeaux, C.I.D., 131, bd Saint Michel 75005 Paris, juin 1996, 403 p.
VLES V, *Les stations touristiques*, collection Économie des Services Poche, n° 2, Paris : Economica, octobre 1996, 111 p.
VLES V (dir), *Projet d'aménagement et de développement de la Ville de Rions, 1995–1999,* Etude préalable, projet opérationnel d'aménagement de la Commune de Rions (Gironde) mars 1997, t. 1 : 42 p, t. 2 : 81 p.
VLES V, ESCADAFAL A., 2001, *L'apport des stations et territoires touristiques au développement local*, Paris : DATAR, multigraphié.
VLES V (dir), BOURDENX B, CATTAÏ S, COLLIGNON V, MOISSONNIER T, PILLAIRE A, POLETTI M-F, *Cap sur Bordeaux*, Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3 : IATU, DESS Aménagement et gestion des stations touristiques, Atelier « Projet de station », 2001.
VLES V (dir), BRIENT C, DESTRIBATS A, GABRIEL F, De LUCA MOREIRA L F, PERTUZE S, *Les pratiques touristiques sur les espaces publics de Bordeaux*. DESS Aménagement et gestion des stations touristiques, université Michel de Montaigne-Bordeaux 3 / Université de Pau et des Pays de l'Adour, Bordeaux III, 2004, 135 p.
VLES V (dir), *Un projet de ville pour Saint-Emilion : Tourisme, culture et économie du patrimoine*, pour la ville de Saint-Emilion et le Ministère de la Culture (DRAC Aquitaine), Bordeaux : deux tomes, juillet 1995.
VLES V (dir), « La valorisation des espaces publics sportifs de Super-Besse comme outil de construction d'un imaginaire nouveau, et Fonctionnalité et lisibilité de l'espace public de Super-Besse » t. 1, «Cap sur Bordeaux » t. 2, « Valorisation de l'imaginaire touristique du quartier de Vésone par l'aménagement des espaces publics » t.3 *;* « Les espaces publics touristiques du centre ville de Biarritz » t. 4; « Hossegor : valoriser les espaces publics urbains afin que le centre ville apporte une plus-value à l'offre touristique » t.5, *Ateliers et projets opérationnels du D.E.S.S. Aménagement et gestion de stations touristique*, Pessac: Université Michel de Montaigne, 2002.
VLES V, *Espaces publics et mise en scène de la ville touristique*, Rapport intermédiaire, Pau : Laboratoire SET-UMR 5603 CNRS-UPPA, Paris : Direction du Tourisme, juillet 2004, 186 p.
VLES V, « Espaces publics et mise en scène de la ville touristique» in *L'espace public à l'épreuve. Régressions et émergences,* Bordeaux : Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine, 2004b, pp. 177-185

Guides touristiques :
Guides Bleus : Espagne, Paris, Hachette, 1987.
Guides Bleus : Espagne – Centre et Nord, Paris, Hachette, 2002.
Le Guide Vert : Barcelone et la Catalogne, Paris, Michelin (Editions des Voyages), 2003.
Le Guide du routard : Barcelone, Paris, Hachette, 2005.
Lonely Planet : Barcelona, Victoria (Australie), Lonely Planet Publications, 2002.
Le Guide Autrement : Barcelone (rédigé par Llibert Tarragó), Paris, Editions Autrement, 2003.

www.barcelonaturisme.com
www.bordeaux-tourisme.com
www.gencat.net/turisme
www.lacub/projets
www.mairie-bordeaux.fr
www.csa-tmo.fr/dataset/data2001/actu20010404a.html

Table des figures

Photo de la page titre : Pion avancé de la reconquête urbaine, équipement culturel prestigieux dans un quartier populaire, le Musée d'Art Contemporain de Barcelone (MACBA) engendre des flux touristiques nouveaux vers une partie du centre de Barcelone longtemps ignorée par les visiteurs. Pôle culturel et architectural contemporain, il contribue à valoriser positivement le quartier et participe au rayonnement de la métropole catalane. Cliché Vincent Vlès, avril 2004.

N°	Titre	page
1 à 4	La forme d'une place. La place du Parlement à Bordeaux	14
5	Barcelone. Projet de plan de la ville et de son port	22
6	Vue aérienne de l'Ensanche	23
7	Localisation des différents quartiers de Barcelone	26
8	L'avenue Diagonale : un nouvel espace de déambulation	27
9	La Rambla de Mar : un pont sur la mer	28
10	La via Julia	30
11	Le Moll de la Fusta	31
12	Profil du passeig de Colon – Moll de la Fusta	32
13	Sculpture de l'architecte Rovira face à l'Ensanche	33
14	Sculpture contemporaine au cœur de l'espace public	33
15	Plaça dels Angels, les parvis translucides du MACB	34
16	Vue sur la mer	35
17	Quand l'art rythme la découverte de la ville	36
18	Affiche du MACBA	38
19	La place Pey-Berland avant les premiers aménagements	52
20	La place Pey-Berland et le tramway au XIXe siècle	52
21	La place Pey-Berland dédiée aux voitures	52
22	La place Pey-Berland aménagée et mise en scène	53
23	La place Pey-Berland lorsqu'elle était vouée à la circulation automobile	54
24	La place Pey-Berland avec les nouveaux aménagements et le tramway	55
25	Mobilier urbain et revêtement	55
26	La place de l'Hôtel de Ville au centre du réseau de tramway	57
27 à 30	Eclairages de la place Pey-Berland	60